

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

**ΤΜΗΜΑΤΑ: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ, ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΩΝ
ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ, ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ, ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΝΕΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»**

ΘΕΜΑ:

ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΤΗΣ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑΣ

ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗ ΜΑΡΙΑ του ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ - Α.Μ: Μ060318007



ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΕΣ ΚΑΘΗΓΗΤΕΣ : ΣΚΑΓΙΑΝΝΗΣ ΠΑΝΤΟΛΕΩΝ

ΒΟΛΟΣ, ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2020

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΠΕΡΙ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ.

Με πλήρη επίγνωση των συνεπειών του νόμου περί πνευματικών δικαιωμάτων, δηλώνω ρητά ότι η παρούσα διπλωματική εργασία, καθώς και τα ηλεκτρονικά αρχεία και πηγαίοι 9 κώδικες που αναπτύχθηκαν ή τροποποιήθηκαν στα πλαίσια αυτής της εργασίας, αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής μου εργασίας, δεν προσβάλλει κάθε μορφής δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, προσωπικότητας και προσωπικών δεδομένων τρίτων, δεν περιέχει έργα/εισφορές τρίτων για τα οποία απαιτείται άδεια των δημιουργών/δικαιούχων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον και πληρούν τους κανόνες της επιστημονικής παράθεσης. Τα σημεία όπου έχω χρησιμοποιήσει ιδέες, κείμενο, αρχεία ή/και πηγές άλλων συγγραφέων, αναφέρονται ευδιάκριτα στο κείμενο με την κατάλληλη παραπομπή και η σχετική αναφορά περιλαμβάνεται στο τμήμα των βιβλιογραφικών αναφορών με πλήρη περιγραφή.

Αναλαμβάνω πλήρως, ατομικά και προσωπικά, όλες τις νομικές και διοικητικές συνέπειες που δύναται να προκύψουν στην περίπτωση κατά την οποία αποδειχθεί, διαχρονικά, ότι η εργασία αυτή ή τμήμα της δεν μου ανήκει διότι είναι προϊόν λογοκλοπής.

Η Δηλούσα

Ημερομηνία
29/01/2020

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να αναλύσει την έννοια της Διανοητικής Ιδιοκτησίας, τη σημασία της στο πλαίσιο μιας επιχείρησης και να αναλύσει πρακτικές διαχείρισης της.

Η Διανοητική Ιδιοκτησία εμπεριέχει την πνευματική και τη βιομηχανική ιδιοκτησία. Η Πνευματική Ιδιοκτησία που θεωρείται από τις πιο ιερές μορφές ιδιοκτησίας και προστατεύει σε μεγάλο βαθμό τα ανθρώπινα δημιουργήματα, αφορά άμεσα τις επιχειρήσεις. Επίσης, αποτελεί ένα από τα σπουδαιότερα άυλα περιουσιακά στοιχεία το οποίο αν αξιοποιηθεί ορθά από μια επιχείρηση μπορεί να την βοηθήσει να γίνει περισσότερο ανταγωνιστική και να διακριθεί στο σημερινό παγκοσμιοποιημένο οικονομικό περιβάλλον. Η Βιομηχανική ιδιοκτησία αναφέρεται σε βιομηχανικά σχέδια και υποδείγματα, ευρεσιτεχνίες και εμπορικά σήματα τα οποία είναι εξίσου ζωτικής σημασίας για μια επιχείρηση εν έτη 2020.

Η δομή της εργασίας αυτής είναι η ακόλουθη:

Το πρώτο κεφάλαιο πραγματεύεται το ζήτημα της Πνευματικής Ιδιοκτησίας και την πορεία του διαχρονικά, ενώ στο δεύτερο κεφάλαιο, περιγράφεται η έννοια της Διανοητικής Ιδιοκτησίας, που συνιστά ένα χρήσιμο εργαλείο του "Επιχειρείν". Στο τρίτο κεφάλαιο, παρατίθενται κάποιες μελέτες περίπτωσης - case studies επιχειρήσεων, που δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην Διανοητική Ιδιοκτησία και στην προστασία της, προκειμένου να διατηρήσουν την επιτυχημένη πορεία λειτουργίας τους. Τέλος, ακολουθούν τα συμπεράσματα.

Λέξεις - Κλειδιά: Πνευματική Ιδιοκτησία, Έργο, Δημιουργός, Προστασία, Διανοητική Ιδιοκτησία, Κατοχύρωση, Επιχείρηση, Εμπορικά Σήματα, Καινοτομία.

ABSTRACT

The purpose of the present work is to analyze the concept of Intellectual Property, its significance within a business and to analyze intellectual property practices for a business.

Intellectual Property consists of copyrights and industrial property. Copyright, which is the most important form of property and largely protects human creations, is directly concerned with business. Also, Copyright, one of the most important intangible assets, and if properly utilized by a company, it may help it become more competitive and distinguish itself in today's globalized economic environment. Industrial property takes a range of forms, including patents for inventions, industrial designs and trademarks which are vital for a 2020 business.

The structure of this work is as follows:

The first chapter deals with the issue of Intellectual Property, while the second describes the concept of Intellectual Property as a useful tool of business. In the third chapter are developed some case studies of companies, which place particular emphasis on Intellectual Property and its protection in order to maintain their successful operation. Finally, the conclusions.

Keywords: Copyright, Work, Creator, Protection, Intellectual Property, Patent, Business, Trademark, Innovation.

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	2
ABSTRACT.....	3
Κατάλογος Συντομογραφιών/ Catalogue of Abbreviations.....	7
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	8
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο : ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ	10
1.1 Εισαγωγή στην Πνευματική Ιδιοκτησία	10
1.2 Τι είναι η Πνευματική Ιδιοκτησία;	10
1.3 Ιστορική Εξέλιξη της Πνευματικής Ιδιοκτησίας	11
1.3.1 Η Νομοθετική Καθιέρωση του Δικαιώματος Πνευματικής Ιδιοκτησίας	12
1.3.2 Η Εξέλιξη από Άποψη Διεθνούς Δικαίου	12
1.3.2.1 Αίτια.....	12
1.3.2.2 Άλλες Διεθνείς Συμβάσεις	13
1.4 Αρχές του Ελληνικού Δικαίου Πνευματικής Ιδιοκτησίας	14
1.5 Το Έργο	15
1.6 Ο Δημιουργός.....	16
1.7 Περιεχόμενο του Δικαιώματος.....	17
1.7.1 Ηθικό Δικαίωμα	17
1.7.2 Περιουσιακό Δικαίωμα	18
1.8 Οικονομική Εκμετάλλευση του Έργου.....	18
1.9 Ευρεσιτεχνίες (Πατέντες)	19
1.9.1 Οι Πατέντες Σήμερα	21
1.9.2 Πατέντες και Δικαιώματα	22
1.10 Βιομηχανικά Σχέδια και Υποδείγματα	23
1.11 Εμπορικά Σήματα	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο : ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	26
2.2 Απειλές κατά της Διανοητικής Ιδιοκτησίας	28
2.3 Patent Trolls	29
2.4 Άυλα Περιουσιακά Στοιχεία Επιχείρησης	30
2.5 Μέτρα Προστασίας.....	35
2.6 Διανοητική Ιδιοκτησία και Μικρό-μεσαίες Επιχειρήσεις. (ΜμΕ).....	36
2.7 Ανταγωνιστικά Πλεονεκτήματα Κατοχύρωσης.....	40
2.7.1 Οι Εταιρείες που Προστατεύουν τα Εμπορικά τους Σήματα χωρίς τείνουν να έχουν Υψηλότερη Ανάπτυξη	40

2.8 Διανοητική Ιδιοκτησία (IPR) και Business Plans – Δυνητικοί Επενδυτές	41
2.8.1 Συγχωνεύσεις και Εξαγορές	47
2.8.2 Crowdfunding project	48
2.9 Νεοφυείς Επιχειρήσεις και Κατοχύρωση	50
2.10 Τα Πέντε πιο συχνά Λάθη Διανοητικής Ιδιοκτησίας των Νεοφυών Επιχειρήσεων	56
2.11 Μεθοδολογίες Εκτίμησης αξίας Διανοητικής Ιδιοκτησίας	60
2.11.1 Η Μέθοδος Κόστους	60
2.11.2 Η Μέθοδος Αποτίμησης της Αγοράς	61
2.11.3 Η Μέθοδος Εισοδήματος ή Οικονομικού Αποτελέσματος	62
2.12 Valuation Checklist	62
2.13 Στρατηγική Διανοητικής Ιδιοκτησίας	65
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο : ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ	66
3.1 Έρευνα του U.S Chamber of Commerce για την Πνευματική Ιδιοκτησία	66
3.2 Τιτλοποίηση Πνευματικής Ιδιοκτησίας (Intellectual Property Securitisation)	68
3.3 Μελέτες Περίπτωσης Ελληνικών Επιχειρήσεων	69
3.3.1 ΓΙΩΤΗΣ ΑΕ	69
3.3.2 UNI-PHARMA ABEE	77
3.3.3 Αποτελέσματα ποιοτικής έρευνας	84
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο : ΣΥΜΠΕΡΑΜΑΤΑ	85
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	88
.....	78

Κατάλογος Συντομογραφιών/ Catalogue of Abbreviations

N.= Νόμος

Αρ.= Άρθρο Νόμου

Παρ.= Παράγραφος Νόμου

ν.δ. = νομοθετικό διάταγμα

ΟΟΣΑ = Οργανισμός για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη

TRIPS = Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights

ΟΠΙ = Οργανισμός Πνευματικής Ιδιοκτησίας

ΟΒΙ = Οργανισμός Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας

EPC = European Patent Convention = Σύμβαση για τα ευρωπαϊκά διπλώματα ευρεσιτεχνίας

EPO = ΕΟΔΕ = Ευρωπαϊκό Γραφείο Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας

WIPO = Παγκόσμιος Οργανισμός Πνευματικής Ιδιοκτησίας

ΔΙ = Διανοητική Ιδιοκτησία

IP = Intellectual Property= ΔΙ. Ο Διεθνής όρος intellectual property, (propriete intellectuelle), αποδίδεται στην ελληνική γλώσσα σύμφωνα με το αρ.1 παρ.18 Ν.2557/1997 με τον όρο «διανοητική ιδιοκτησία» και περιλαμβάνει τόσο την πνευματική ιδιοκτησία και τα συγγενικά δικαιώματα, όσο και τη βιομηχανική ιδιοκτησία (propriete industrielle, industrial property), όπως εφευρέσεις και σήματα¹ ΕΣΥΔ-ΕΤΑΚ,2013).

IPR = Intellectual Property Rights

ΠΙ = Πνευματική Ιδιοκτησία

ΜμΕ = Μικρομεσαία Επιχείρηση

E &A = R&D = Έρευνα και Ανάπτυξη

ΔΕ = Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας

H/Y = Ηλεκτρονικός Υπολογιστής

¹ ΕΥΣΕΔ-ΕΤΑΚ (2013) «Οδηγός για την προστασία των δικαιωμάτων Διανοητικής Ιδιοκτησίας και τη διαχείριση ζητημάτων Διανοητικής (πνευματικής και βιομηχανικής) Ιδιοκτησίας κατά την υλοποίηση Ε&Τ έργων».

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα διπλωματική εργασία αφορά στις «ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ» και πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών μου «Νέα Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία και Ανάπτυξη» του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Στο σημείο αυτό, αισθάνομαι την ανάγκη να εκφράσω τις ειλικρινείς και θερμές ευχαριστίες μου σε όσους συνέβαλαν στην ολοκλήρωση αυτής της προσπάθειας:

Αρχικά, στους επιβλέποντες καθηγητές μου, κ. Παντολέοντα και κα. Μαρία Μαρκάτου, οι οποίοι με ενθάρρυναν καθ' όλη τη διάρκεια των μεταπτυχιακών μου σπουδών και κατά την ανάληψη του συγκεκριμένου θέματος διπλωματικής. Στη συνέχεια, με τις χρήσιμες και κομβικές συμβουλές τους με καθοδήγησαν ως το τέλος, για την ολοκλήρωση του αποτελέσματος που ακολουθεί. Θερμές ευχαριστίες και στους εργαζόμενους της ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε αλλά και της UNI-PHARMA ΑΕΒΕ οι οποίοι ήταν πρόθυμοι να μοιραστούν μαζί μου πολύτιμες πληροφορίες της στρατηγικής της εταιρείας τους.

Τέλος, θα ήθελα ακόμη να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για την αμέριστη υποστήριξη, τα εφόδια και την ψυχολογική ώθηση που μου παρέχουν τόσα χρόνια, τόσο στο επίπεδο των σπουδών μου, όσο και σε επαγγελματικό και προσωπικό επίπεδο.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η πνευματική ιδιοκτησία αποκτά ολοένα και μεγαλύτερη σημασία στη σύγχρονη οικονομική πραγματικότητα, ενώ ταυτόχρονα θεωρείται από τους επιχειρηματίες καθοριστικός παράγοντας για την προώθηση της επιχειρηματικότητας, αλλά και αποτελεσματικός τρόπος επίτευξης οικονομικού αποτελέσματος.

Εκτός από την κλασσική θεωρία της πνευματικής ιδιοκτησίας, υφίσταται και μια θεωρία κινήτρων, που είναι άμεσα συνυφασμένη με την κατοχύρωσή της. Η πνευματική ιδιοκτησία είναι στην ουσία ένα περιορισμένο χρονικά μονοπώλιο, το οποίο κατοχυρώνεται αποκλειστικά από τον δημιουργό της. Οι κύριοι σκοποί της κατοχύρωσης της πνευματικής ιδιοκτησίας είναι είτε η επίτευξη οικονομικού αποτελέσματος είτε η ηθική αναγνώριση του ιδιαίτερου δεσμού του δημιουργού με το έργο του. Η πρώτη αιτιολογία συνιστά τη βάση για την παροχή οικονομικών δικαιωμάτων, ενώ η δεύτερη αιτιολογία αποτελεί τη βάση για την παροχή των ηθικών δικαιωμάτων στο δημιουργό του έργου.

Στόχος της παρούσας μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας, είναι η μελέτη κυρίως της πρώτης αιτιολογίας και πιο συγκεκριμένα του οικονομικού αποτελέσματος που επιτυγχάνεται σε αρκετούς κλάδους της επιχειρηματικής δραστηριότητας μέσω της κατοχύρωσης της πνευματικής ιδιοκτησίας στην Ελλάδα, στη βελτίωση των συνθηκών για οικονομική ανάπτυξη, στην καινοτομία, αλλά και στο "Επιχειρείν". Επιπλέον, θα εξεταστούν και τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που αποκτά η εκάστοτε επιχείρηση, κατοχυρώνοντας τόσο την πνευματική όσο και τη βιομηχανική ιδιοκτησία της, δικαιολογώντας έτσι την στροφή του επιχειρηματικού κόσμου προς την πνευματική κατοχύρωση. Για να αποδειχθεί η υπόθεση ότι «Η Κατοχύρωση και προστασία της Πνευματικής Ιδιοκτησίας μιας επιχείρησης συντελεί στην επίτευξη οικονομικού αποτελέσματος» θα παρατεθούν δύο μελέτες περίπτωσης δύο πολύ γνωστών επιτυχημένων ελληνικών εταιριών διαφορετικών κλάδων δραστηριοποίησης. Η παρούσα εργασία έχει βασιστεί τόσο σε ελληνική όσο και σε ξενόγλωσση βιβλιογραφία, Ελληνικούς νόμους, διαδικτυακές πηγές αλλά και προσωπικές συνεντεύξεις σε Έλληνες-στελέχη επιχειρήσεων που ασχολούνται με την Πνευματική Ιδιοκτησία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο: ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ

1.1 Εισαγωγή στην Πνευματική Ιδιοκτησία

Ο σύγχρονος άνθρωπος ζει σε έναν κόσμο γεμάτο με υλικά και πνευματικά αγαθά, αλλά και σε ένα ανθρώπινο περιβάλλον κατακλυσμένο από σκέψεις, ιδέες, βιώματα, εμπειρίες και ποικίλες καταστάσεις, επηρεάζεται από την πληθωρικότητα των εντυπώσεων που του δημιουργούνται και καλείται να τις ερμηνεύσει, να τις κατηγοριοποιήσει και τέλος, να τους αποδώσει όνομα και μορφή. Για τον λόγο αυτόν, χρησιμοποιεί εκφραστικά μέσα, τρόπους, τεχνικές και σύμβολα όπως είναι οι προτάσεις, η γλωσσική έκφραση, η μουσική έκφραση, οι εικόνες, η κίνηση, η μιμητική κλπ. Έτσι λοιπόν, μέσα από διάφορες πνευματικές, ψυχικές, ηθικές και σωματικές διεργασίες, οι άνθρωποι καταλήγουν σε μια πνευματική σύνθεση εντύπωσης και έκφρασης ή αλλιώς σε ένα ενιαίο σύνολο περιεχομένου και μορφής, που είναι γνωστό ως «έργο». Το έργο διαθέτοντας δική του αξία, ιδιότητες και μοναδικά στοιχεία, αποτελεί μία «μη προσθετική σύνθεση». Για να μεταφέρει όμως ο δημιουργός αυτή τη νέα πραγματικότητα μέσα στον ανθρώπινο κόσμο, απαιτείται να προσδώσει στον πνευματικό και άυλο αυτό σχηματισμό μία υλική σύνθεση (ενσώματη ύλη, φωνή, ήχο, κίνηση, χρώμα κ.ά.), πάνω στην οποία θα αποτυπώνεται το πνευματικό του δημιουργήμα. Συγκεκριμένα, αυτή η συνύπαρξη του Πνευματικού - Άυλου και του Υλικού - Ενσώματου, συνιστά την οντολογική ιδιομορφία του έργου της πνευματικής ιδιοκτησίας, που επηρεάζει τη νομική ρύθμιση και λύση².(Κοτσίρης,2017)

1.2 Τι είναι η Πνευματική Ιδιοκτησία;

Ως πνευματική ιδιοκτησία νοείται «το δικαίωμα που απονέμει η έννομη τάξη επί ενός πνευματικού έργου στον δημιουργό αυτού». Επίσης, νοείται και «το σύνολο κανόνων που διέπουν το εν λόγω δικαίωμα, ο όλος θεσμός». Γενικότερα, στο δίκαιο της πνευματικής ιδιοκτησίας διερευνώνται και οι σχετικές προς αυτήν ρυθμίσεις, προέχοντας των συγγενικών προς αυτήν δικαιωμάτων αυτών που λειτουργούν και μεσολαβούν συνήθως σαν ενδιάμεσο όχημα προώθησης του έργου στο ευρύ κοινό³.(Χριστοδούλου,2018)

Πνευματικό δικαίωμα υφίσταται σε λογοτεχνικά έργα και έργα τέχνης, όπως είναι για παράδειγμα τα βιβλία, το θέατρο, η ζωγραφική, η γλυπτική, η τέχνη της φωτογραφίας, η επιστήμη της αρχιτεκτονικής, η μουσική, το συγγραφικό έργο και πολλές άλλες δημιουργίες. Πιο συγκεκριμένα, εμπεριέχει το δικαίωμα εκμετάλλευσης του έργου, που ονομάζεται περιουσιακό δικαίωμα, καθώς και το δικαίωμα της

² Κοτσίρης, Α. 2017, Δίκαιο Πνευματικής Ιδιοκτησίας, Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλα

³ Χριστοδούλου, Κ. 2018, Δίκαιο Πνευματικής Ιδιοκτησίας, Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη ΑΕΒΕ

προστασίας του προσωπικού δεσμού του δημιουργού προς το έργο, που αποκαλείται ηθικό δικαίωμα.

Το πνευματικό δικαίωμα εκχωρείται από τον νόμο για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, προκειμένου να μην επιτραπεί σε τρίτα πρόσωπα η χρησιμοποίηση των έργων χωρίς την άδεια του αρχικού δημιουργού τους⁴.(www.wikipedia.org)

1.3 Ιστορική Εξέλιξη της Πνευματικής Ιδιοκτησίας

Εάν παρατηρήσουμε αρχαία έργα, ρητά, γνωμικά και αποφθέγματα, θα διαπιστώσουμε ότι ο δημιουργός τους ήταν ανώνυμος. Ακόμη και στην περίπτωση που υπήρχε ο συγγραφέας του έργου, η μόνη «διαφύλαξη» του δημιουργού ήταν ότι μεταφερόταν από γενιά σε γενιά το όνομα του .

Στην **αρχαία Ελλάδα**, κυρίως κατά τη διάρκεια του έκτου αιώνα π.Χ., γίνεται αναφορά στις πρώτες συνδέσεις δημιουργού - έργου και στις πρώτες κυρώσεις (π.χ. αποβολή διαγωνιζομένου από ποιητικούς αγώνες), σε περίπτωση που αυτό επιχειρηθεί να παραποιηθεί ή να αντιγραφεί. Κύριος ανασταλτικός παράγοντας της λογοκλοπής στην αρχαία Ελλάδα ήταν η οργισμένη αντίδραση της κοινωνίας που είχε ανεπτυγμένη κριτική σκέψη και αντιλαμβανόταν τέτοιες περιπτώσεις. Έτσι όταν ο Ερμιόδωρος καταχράστηκε την εμπιστοσύνη του Πλάτωνα και δημοσίευσε το πνευματικό έργο του φιλοσόφου εν αγνοία του και χωρίς τη συναίνεση του απέκτησε μια άσχημη φήμη στον αρχαίο κόσμο.⁵ (Hermann,1839) Στη συνέχεια, στο **ρωμαϊκό δίκαιο**, η πνευματική δημιουργία ξεκίνησε να είναι αντικείμενο συναλλαγής με τους αγορανόμους. Ειδικότερα, παρατηρήθηκε ιδιαίτερα να αγοράζονται χειρόγραφα συγγραφέων, έχοντας το δικαίωμα αναπαραγωγής και παρουσίασης του έργου. Αργότερα και πιο συγκεκριμένα, πριν από περίπου 1000 χρόνια, συναντάται έντονα το φαινόμενο της προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας και στην **Κίνα**, απαγορεύοντας δια νόμου το 18 μ.Χ. την εκτύπωση βιβλίων χωρίς άδεια , ύστερα από επίσημη διαταγή του δικαστηρίου στη Βόρεια Song Δυναστεία. Η πνευματική ιδιοκτησία και τα συναφή δικαιώματα που πηγάζουν από αυτή αρχίζουν να καθιερώνονται **στην εποχή της ανακάλυψης της τυπογραφίας** και της ολοκλήρωσης της από τον Ιωάννη Γουτεμβέργιο, με την μορφή των ονομαζόμενων «προνομίων». Τα συγκεκριμένα προνόμια έδιναν το δικαίωμα της μονοπωλιακής χρησιμοποίησης και εφαρμογής της τυπογραφίας σε μία πόλη. Μερικά χρόνια αργότερα, διευρύνθηκαν τα δικαιώματα και επεκτάθηκαν στην αποκλειστική έκδοση ενός έργου ή μιας συγκεκριμένης κατηγορίας έργων. Η κύρια και επίσημη αναγνώριση της ΠΙ εδραιώνεται με την **Αναγέννηση**, όπου η γαλλική Ordonnance de Moulins το έτος 1566, αποδίδει το προνόμιο στον συγγραφέα για αποκλειστική κάρπωση των ωφελειών του έργου.

⁴ www.wikipedia.org/wiki/ΠνευματικήΙδιοκτησία

⁵ Hermann GEsichte und SYsteme der Platonischen Philosophie, 1839, σ. 559, αρ. 18 Βλ για άλλα παραδείγματα Μιχαηλίδη-Νουάρο, Περί το πρόβλημα της φύσεως του δικαιώματος του πνευματικού δημιουργού, EEN 1958, σ.913,914 και Kotsouradis, σ.8

1.3.1 Η Νομοθετική Καθιέρωση του Δικαιώματος Πνευματικής Ιδιοκτησίας

Το 1710, η First Copyright Act της βασίλισσας Άννας της Αγγλίας, εκτιμάται ότι είναι η πρώτη νομοθεσία για την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας, η οποία έδινε στους συγγραφείς το μοναδικό δικαίωμα της έκδοσης των βιβλίων τους για χρονικό διάστημα 21 ή 14 ετών, ανάλογα με το αν τα βιβλία ήταν ήδη δημοσιευμένα ή αδημοσίευτα.

Αρκετά χρόνια αργότερα, το 1793, στην Γαλλία ο νόμος της 19/24.7.1793, αποδίδει πλέον το δικαίωμα της πνευματικής ιδιοκτησίας του δημιουργού με την περιουσιακή του μορφή σε όλα τα έργα ως «αποκλειστικό δικαίωμα για αναπαραγωγή», που έχει όμως περιορισμένη χρονική διάρκεια.

1.3.2 Η Εξέλιξη από Άποψη Διεθνούς Δικαίου

1.3.2.1 Αίτια

Το φαινόμενο της συστηματικής «πνευματικής πειρατείας» συναντάται κυρίως σε χώρες, όπως η Αγγλία και η Γαλλία, όπου τα έργα τους αναπαράγονται σε άλλες χώρες, χωρίς να είναι αθέμιτη η αναπαραγωγή τους. Το 1852 στη Γαλλία, προκύπτει η ανάγκη της προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας και η επιβολή προστίμων στους παραβάτες μέσα στα εθνικά όρια, η οποία θεωρείται πλέον παράνομη δια νόμου. Με τον τρόπο αυτόν, επεκτείνεται η προστασία των νόμων περί ΠΙ σε όλα τα έργα, ανεξάρτητα από την χώρα δημοσίευσής τους, την εθνικότητα των δημιουργών τους και νομοθετείται η διαφύλαξη των γαλλικών έργων στην εκάστοτε χώρα παράνομης αναδημοσίευσής.

Στη συνέχεια, ακολουθούν διάφορες διεθνείς συμβάσεις σχετικά με την πνευματική ιδιοκτησία όπως είναι: Η Διεθνής Σύμβαση της Βέρνης του έτους 1886, που προέκυψε εξαιτίας της επιτακτικής ανάγκης για ενοποίηση και διεθνοποίηση του δικαίου πνευματικής ιδιοκτησίας. Το 1878, δημιουργήθηκε στην Γαλλία η Διεθνής Λογοτεχνική Εταιρία (Association litteraire et artistique internationale "ALAI"), πρόεδρος της οποίας διετέλεσε ο γνωστός συγγραφέας Βίκτωρ Ουγκώ. Το Σεπτέμβριο του 1883, η ALAI διοργανώνει ένα διεθνές συνέδριο στη Βέρνη της Ελβετίας, που κατέληξε σε σχέδιο συμβάσεως 10 άρθρων για τη συγκρότηση Ένωσης, για την προστασία των συγγραφικών δικαιωμάτων. Τελικά, στις 6 Σεπτεμβρίου του 1886, συγκαλείται στη Βέρνη διεθνής συνδιάσκεψη, όπου συμμετέχουν δώδεκα χώρες (Γερμανία, Βέλγιο, Ισπανία, ΗΠΑ, Γαλλία, Αγγλία, Ταϊτή, Ιταλία, Ιαπωνία, Λιβερία, Ελβετία και Τυνησία). Εκτός από τις Η.Π.Α. και την Ιαπωνία, τα υπόλοιπα κράτη προέβησαν σε υπογραφή της «Διεθνούς Σύμβασης της Βέρνης για την προστασία των λογοτεχνικών και καλλιτεχνικών έργων», την 9.9.1886. Βασική αρχή της εν λόγω συμβάσεως ήταν η αρχή της εθνικής μεταχείρισης των δημιουργών από χώρες που μετείχαν στη Σύμβαση της Βέρνης καθώς και των εκδοτών αυτών των χωρών. Την 1.1.2005 τα μέλη έφτασαν τα 158. Η Ελλάδα επικύρωσε την προσχώρηση της το έτος 1977.

Η επιτακτική ανάγκη για προστασία της ΠΙ παρουσιάστηκε και στις Η.Π.Α. Αναλυτικότερα, οι ΗΠΑ το 1902 προχώρησαν σε σύναψη της Παναμερικανικής Σύμβασης, στην οποία συμμετέχοντες ήταν πολλά αμερικάνικα κράτη. Παρόμοιες συμβάσεις υπογράφηκαν και στο Μπουένος Άιρες (1910), στην Αβάνα (1928) και στην Ουάσινγκτον (1946). Η σημασία και η χρησιμότητα τους είναι πιθανότατα αρκετά περιορισμένη, καθώς τα περισσότερα μέλη έχουν προσχωρήσει και στη Σύμβαση της Βέρνης.

Μια ακόμη σπουδαία παγκόσμια σύμβαση ήταν αυτή της Γενεύης το 1952, η οποία υπογράφηκε, με απώτερο σκοπό να δημιουργηθεί γέφυρα μεταξύ των κρατών-μελών της Σύμβασης της Βέρνης και των χωρών που υπέγραψαν την Παναμερικανική Σύμβαση. Στη σύμβαση αυτή είναι βασική «η αρχή της εξομοίωσης» αλλά και η υποχρέωση των χωρών-μελών να διαμορφώσουν την εσωτερική τους νομοθεσία, έτσι ώστε να εξασφαλίζουν επαρκή προστασία των δημιουργών των έργων. Η χώρα μας προσχώρησε στην Παγκόσμια Σύμβαση με το ν.δ 4254/1962.

1.3.2.2 Άλλες Διεθνείς Συμβάσεις

Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας στα μέσα αναπαραγωγής και στα μέσα μαζικής επικοινωνίας, είχε ως αποτέλεσμα να υπογραφούν και διάφορες άλλες διεθνείς συμβάσεις όπως:

Α) Η «Διεθνής Σύμβαση για την προστασία των ερμηνευτών ή εκτελεστών καλλιτεχνών, των παραγωγών φωνογραφημάτων και των οργανισμών ραδιοφωνίας και τηλεόρασης» στη Ρώμη το 1961.

Β) Η «Ευρωπαϊκή Συμφωνία για την προστασία των τηλεοπτικών εκπομπών» στο Στρασβούργο το 1960.

Γ) Η «Διεθνής Σύμβαση για τη διανομή σημάτων φορέων προγραμμάτων μεταδιδόμενων από δορυφόρο (Brussels satellite Convention)» στις Βρυξέλλες το 1974.

Δ) Η «Ευρωπαϊκή Συμφωνία για την καταστολή των ραδιοφωνικών εκπομπών πραγματοποιούμενων υπό σταθμών κειμένων εκτός των εθνικών εδαφών» στο Στρασβούργο το 1965.

Εξίσου αξιόλογη θεωρείται και η Συμφωνία ΜΙΑ (Multilateral Agreement on Investments) του ΟΟΣΑ, που είχε ως κύρια έννοια, αυτή της «επένδυσης», θεωρώντας τον δημιουργό «επενδυτή» και την πνευματική ιδιοκτησία «επένδυση». Η λογική αυτή ωστόσο αφήνει στο περιθώριο το ηθικό δικαίωμα του δημιουργού, προκειμένου να μη δημιουργούνται εμπόδια στο εμπόριο των έργων πνευματικής ιδιοκτησίας.

Η εν λόγω Συμφωνία αναφέρεται στα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας και είχε ως στόχο της την edραίωση νέων κανόνων, αναφορικά με τη θεσμοθέτηση, την έκταση και τη χρήση των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας στον τομέα του εμπορίου, την καθιέρωση χρήσιμων μέσων για την επιβολή τους και την υιοθέτηση

αποτελεσματικών και ευέλικτων διαδικασιών για την πολυμερή πρόληψη και επίλυση των διαφορών (προοίμιο). Στην Ελλάδα, η Συμφωνία επικυρώθηκε με το Ν. 2290/1995 και κατέστη αναπόσπαστο κομμάτι του εσωτερικού μας δικαίου.

Δύο ακόμη παγκόσμιες συνθήκες καθοριστικής σημασίας είναι αυτές της Γενεύης το 1996. Η πρώτη Συνθήκη αναφέρεται στα δικαιώματα της πνευματικής ιδιοκτησίας, ενώ η δεύτερη συνθήκη του WIPO αφορά στις ερμηνείες για τις εκτελέσεις και τα φωνογραφήματα. Οι Συνθήκες της Γενεύης ενίσχυσαν σε παγκόσμια βάση, ακόμη περισσότερο την προστασία της Πνευματικής Ιδιοκτησίας.

Την 1.1.1994 υπογράφεται μεταξύ των Η.Π.Α, Καναδά και Μεξικού μια αρκετά σημαντική συμφωνία, η Συμφωνία NAFTA (North American Free Trade Agreement). Η NAFTA, αναφερόταν στο ελεύθερο εμπόριο και περιείχε ξεχωριστό κεφάλαιο για την πνευματική και την βιομηχανική ιδιοκτησία. Θεμελιώδεις αρχές της ήταν αυτή της εθνικής μεταχείρισης και των ελαχίστων δικαιωμάτων, αλλά και η αρχή της μη εξάρτησης της προστασίας από την τήρηση των «διατυπώσεων».

Μερικές άλλες Περιφερειακές Συμφωνίες, που είχαν σκοπό τη δημιουργία ενοποιημένων χώρων ελεύθερου εμπορίου και συμπεριελάμβαναν και διάφορες ρυθμίσεις για την πνευματική ιδιοκτησία είναι οι εξής:

Στην αμερικανική ήπειρο η CAFTA.DR του 2004 για τις χώρες της Κεντρικής Αμερικής, η Andean Community (1969) και η MERCOSUR (1991), η CARICOM (1973) για τις χώρες της Καραϊβικής, στον χώρο της Ασίας και του Ειρηνικού η Association of South Asian Nations (ASEAN) που ιδρύθηκε το 1967, αλλά και η Asia - Pacific Economic Cooperation Forum (APEC), που ολοκληρώθηκε ύστερα από συστηματικές διαβουλεύσεις από το 1989 στον αφρικάνικο χώρο, η African Intellectual Property Organization (OAPI) που ιδρύθηκε το 1977 και η African Regional Intellectual Property Organization (ARIPO) που συστήθηκε το 1976.

1.4 Αρχές του Ελληνικού Δικαίου Πνευματικής Ιδιοκτησίας

Οι αρχές που επικρατούν στο ελληνικό δίκαιο της πνευματικής ιδιοκτησίας είναι παραδοσιακές, κλασικές και δεν παρεκκλίνουν από τις αντίστοιχες των άλλων ευρωπαϊκών κρατών, στα οποία ισχύει το ατομοκρατικό σύστημα. Ειδικότερα:

Α) Αρχικός δικαιούχος του δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας είναι ο δημιουργός, που είναι φυσικό πρόσωπο, σύμφωνα με το αρ.1 παρ. 1 και 6 του Ν.2121/1993.⁶

Β) Το δικαίωμα της πνευματικής ιδιοκτησίας γεννιέται και κατά συνέπεια προστατεύεται με τη δημιουργία του έργου, σύμφωνα με το αρ.1 παρ.2 του Ν.2121, και δεν απαιτείται καμία άλλη τυπική προϋπόθεση, όπως δημοσιότητα, κατάθεση κ.ά.

Γ) Το δικαίωμα της πνευματικής ιδιοκτησίας είναι μοναδικό και ενιαίο. Αποτελείται από δύο δευτερογενή αποκλειστικά και απόλυτα δικαιώματα: αυτό της εκμετάλλευσης του έργου (περιουσιακό δικαίωμα) και εκείνο της προστασίας του

⁶ Νόμο για την πνευματική ιδιοκτησία Ν.2121/1993

προσωπικού δεσμού του δημιουργού με το έργο του (ηθικό δικαίωμα). Αυτά τα δύο δικαιώματα συμπεριλαμβάνουν άλλα τριτογενή που έχουν περιουσιακό και ηθικό χαρακτήρα. Η άσκηση και η μεταβίβαση του δικαιώματος ανήκει μόνο στο δημιουργό, ο οποίος έχει το δικαίωμα να στραφεί εναντίον οποιουδήποτε προσβολέα.

Δ) Το δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας και το δικαίωμα κυριότητας του υλικού φορέα του έργου παρουσιάζουν σημαντική διαφορά ως προς το αντικείμενο δικαίου. Το πρώτο αναφέρεται στο άυλο αγαθό, ενώ το δεύτερο δικαίωμα αφορά το ενσώματο πράγμα. Επομένως, η μεταβίβαση του ενσώματου φορέα (π.χ. αντίτυπου βιβλίου) δεν αφαιρεί από τον δημιουργό το δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας. Τα όρια της σφαίρας του δημιουργού και του κατόχου του πράγματος καθορίζονται σύμφωνα με το αρ.17 του Ν.2121 από τη στάθμιση που κάθε περιοχή δικαίου τους δίνει και ανάλογα με το εάν ο υλικός φορέας ενσωματώνει μοναδικά το έργο (π.χ. άγαλμα) ή πρόκειται για παρόμοιο προϊόν αναπαραγωγής του έργου (π.χ. αντίτυπο συγγράμματος).

Ε) Το δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας, αντιθέτως από το δικαίωμα κυριότητας, έχει περιορισμένη χρονική διάρκεια. Διαρκεί όσο ζει ο δημιουργός και εβδομήντα χρόνια μετά τον θάνατο του, όπως αναφέρεται και στο αρ.29 παρ.1 του Ν.2121 που τροποποιήθηκε με το αρ.8 παρ.5 του Ν. 2557/97. Στη συνέχεια, το έργο περνάει στον ευρύ κοινό χώρο και είναι ελεύθερο για τον καθένα.

Στην χώρα μας, την αποκλειστική ευθύνη της διαχείρισης των αιτήσεων κατοχύρωσης πνευματικών δικαιωμάτων έχει ο Οργανισμός Πνευματικής Ιδιοκτησίας (Ο.Π.Ι.).

Συμπερασματικά, θα πρέπει να αναφερθεί ότι όλες οι προαναφερθείσες συνθήκες και συμβάσεις συνήφθησαν με τελικό σκοπό την προστασία της Διανοητικής Ιδιοκτησίας, η οποία διακρίνεται σε Πνευματική και Βιομηχανική Ιδιοκτησία. Η Πνευματική Ιδιοκτησία περιλαμβάνει την προστασία των έργων. Τι θεωρείται όμως έργο άξιο κατοχύρωσης της πνευματικής του ιδιοκτησίας;

1.5 Το Έργο

Το έργο αποτελεί κατά την κρατούσα γνώμη ανθρώπινο δημιούργημα, όχι σύμπτωση ή ενέργεια ζώων, αλλά προϊόν ανθρώπινης ενέργειας, χωρίς να αποκλείεται η χρήση τεχνικών μέσων ούτε ο συμπτωματικός χαρακτήρας κάποιων μερών⁷. (Χριστοδούλου, 2018) Έχει μορφή κατάλληλη και ιδιαίτερα προσιτή στις αισθήσεις, είναι απόρροια της προσωπικότητας του δημιουργού του και διακρίνεται από πρωτοτυπία. Η ισχύουσα νομοθεσία (αρ. 2 παρ.1 του Ν.2121) ορίζει: «Ως έργο νοείται κάθε πρωτότυπο πνευματικό δημιούργημα λόγου, τέχνης ή επιστήμης που εκφράζεται με οποιαδήποτε μορφή».

Αναγκαία προϋπόθεση για να θεωρηθεί ένα έργο προστατευμένο είναι η σχετική πρωτοτυπία του. Η πατρότητα ενός έργου ανήκει κατά αποκλειστικότητα στον

⁷ Χριστοδούλου, Κ. 2018, Δίκαιο Πνευματικής Ιδιοκτησίας, Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη ΑΕΒΕ

δημιουργό του, εκτός αν είναι προϊόν δημιουργίας δύο ή περισσότερων ατόμων. Στην περίπτωση αυτή, η πατρότητα και το δικαίωμα αναπαραγωγής αποδίδονται εξ αδιαιρέτου σε όλους τους δημιουργούς του έργου. Η διάρκεια προστασίας ενός έργου διαφέρει σημαντικά από την κατηγορία στην οποία αυτό κατατάσσεται. Αρκετά προβλήματα προκύπτουν κυρίως στις περιπτώσεις πολυμεσικών έργων, στα οποία συμπεριλαμβάνονται αντικείμενα που ανήκουν σε περισσότερες από μια κατηγορίες περιεχομένου (π.χ. έργο που περιλαμβάνει φιλμ, φωτογραφίες, μελωδία και κείμενο ταυτόχρονα).

Τα δικαιώματα προστασίας παύουν να ισχύουν σε διαφορετικές χρονικές περιόδους, ανάλογα με το είδος του περιεχομένου. Έργα θεωρούνται τα γραπτά και τα προφορικά κείμενα, οι μουσικές συνθέσεις, τα θεατρικά έργα, τα χορογραφικά έργα, τα οπτικοακουστικά έργα, τα έργα των εικαστικών τεχνών, τα αρχιτεκτονικά έργα, οι φωτογραφίες, τα έργα εφαρμοσμένων τεχνών, οι εικονογραφήσεις, οι γεωγραφικοί χάρτες, τα σχέδια, τα σκίτσα και τα προγράμματα Η/Υ κλπ. Δεν χρήζουν προστασίας έργα δημοσίων φορέων (π.χ. νόμοι, υπουργικές αποφάσεις, διοικητικά έγγραφα κ.ο.κ.), παλαιά έργα, εκφράσεις λαϊκής παράδοσης, οι ειδήσεις, τα απλά γεγονότα, οι μαθηματικοί τύποι και οι επιχειρηματικές ιδέες. Όταν ένα έργο προστατεύεται στον αναλογικό κόσμο, τότε πρέπει να προστατεύεται και στο διαδίκτυο.

Η προστασία πρέπει να παρέχεται ανεξάρτητα από το εάν το έργο έχει υψηλή ή μικρή αισθητική ή καλλιτεχνική αξία και ανεξάρτητα από τον παράνομο ή ανήθικο χαρακτήρα του⁸.(www.legal.opi.gr)

Εκτός από τα πρωτότυπα και γνήσια έργα προστατεύονται και τα παράγωγα έργα. Ως παράγωγα έργα ορίζουμε εκείνα τα έργα, στοιχεία των οποίων ο δημιουργός «δανείζεται» (π.χ. την σύνθεση ή την έκφραση) από ένα ή περισσότερα υφιστάμενα έργα.

Με την ραγδαία και αλματώδη πρόοδο της τεχνολογίας, τα τελευταία έτη δημιουργήθηκε η ανάγκη προστασίας και των βάσεων δεδομένων οι οποίες θεωρούνται πνευματικά δημιουργήματα. Ως βάση δεδομένων νοείται η «συλλογή έργων, δεδομένων, άλλων ανεξαρτήτων στοιχείων, διευθετημένων κατά συστηματικό ή μεθοδικό τρόπο και ατομικώς προσιτών με ηλεκτρονικά μέσα ή με άλλο τρόπο» (αρ 2 παρ. 2 του Ν.2121/93).

1.6 Ο Δημιουργός

Ως δημιουργός ενός έργου ορίζεται «το φυσικό πρόσωπο που αρχικά δημιούργησε το έργο». Ο δημιουργός αποκτά αυτοδικαίως πνευματική ιδιοκτησία με τη δημιουργία του έργου (αρ. 1 παρ.1 του Ν. 2121) και είναι ο αρχικός δικαιούχος των ηθικών και περιουσιακών δικαιωμάτων που απορρέουν από την πνευματική ιδιοκτησία του. Τα

⁸ www.legal.opi.gr

δικαιώματα αυτά αποκτώνται πρωτογενώς χωρίς περαιτέρω διατυπώσεις (αρ. 6 Ν.2121).

Σε περίπτωση που το έργο δημιουργηθεί από μισθωτούς απασχολούμενους στον ιδιωτικό τομέα, τότε μεταβιβάζονται αυτοδικαίως στον εργοδότη εκείνες οι περιουσιακές εξουσίες-δικαιώματα του έργου που είναι αναγκαία για να εκπληρωθεί ο σκοπός της σύμβασης, εκτός αν υπάρχει αντίθετη ρύθμιση. Οι υπόλοιπες εξουσίες και τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας παραμένουν στον αρχικό δημιουργό - μισθωτό. Σε περίπτωση όμως που ο δημιουργός έχει άμεση σχέση εργασίας με Δημόσιο Φορέα, τότε όλο το περιουσιακό δικαίωμα μεταβιβάζεται αυτοδικαίως στον εργοδότη, δηλαδή το Δημόσιο, εκτός αν υπάρχει διαφορετική συμφωνία.

Σε περίπτωση που ο δημιουργός είναι μισθωτός και συγκεκριμένα προγραμματιστής Η/Υ, όλο το περιουσιακό δικαίωμα μεταβιβάζεται αυτοδικαίως στον εργοδότη, εκτός αν έχει υπάρχει διαφορετική συμφωνία. Σε περίπτωση παραγγελίας έργου, το δικαίωμα ΠΙ επί του έργου το αποκομίζει πρωτογενώς ο δημιουργός και αυτός που έδωσε την παραγγελία αρχικά είναι σε θέση να αποκτήσει περιουσιακές εξουσίες μόνο αν αυτές μεταβιβαστούν από τον δημιουργό. Τα μεταβιβαζόμενα δικαιώματα προσδιορίζονται, από τη σύμβαση μεταξύ του παραγγελέα και του δημιουργού.

Έντονος προβληματισμός ανακύπτει στις πνευματικές δημιουργίες, που είναι πανεπιστημιακής φύσεως και κυρίως στις περιπτώσεις εργασιών, που είναι δημιουργήματα μελών του διδακτικού επιστημονικού προσωπικού και στις οποίες έχουν συμμετάσχει επιστημονικά βοηθοί, υποψήφιοι διδάκτορες, μεταπτυχιακοί ή ακόμη και προπτυχιακοί φοιτητές. Η λύση στις δημιουργίες αυτές δεν μπορεί να είναι ενιαία, αλλά κατά περίπτωση με βάση τις αρχές περί έργων συνεργασίας.

1.7 Περιεχόμενο του Δικαιώματος

Το δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας κατηγοριοποιείται, όπως προαναφέρθηκε τόσο στο Ελληνικό δίκαιο, όσο και στο Ευρωπαϊκό δίκαιο, σε δύο επιμέρους δικαιώματα:

α) Ηθικό Δικαίωμα και στο

β) Περιουσιακό Δικαίωμα.

1.7.1 Ηθικό Δικαίωμα

Τα ηθικό δικαίωμα του δημιουργού απορρέει και αυτό από την ανθρωπιστική αντίληψη για την πνευματική ιδιοκτησία και δεν είναι γνωστό στο αγγλοσαξωνικό σύστημα του copyright. Βασική αρχή στην οποία στηρίζεται είναι ότι ο δημιουργός έχει έναν ιδιαίτερο δεσμό με το δημιούργημα του πέρα από το δικαίωμα οικονομικής εκμετάλλευσης. Το έργο αποτελεί εξωτερίκευση και έκφραση της προσωπικότητάς του. Έχει επιμέρους εκφάνσεις, αλλά δεν εξαγοράζεται⁹.(www.wikipedia.org)

⁹ www.wikipedia.org

Οι επιμέρους εξουσίες που πηγάζουν από το ηθικό δικαίωμα είναι: η δημοσίευση, η πατρότητα, η διατήρηση της ακεραιότητας του έργου, η προσπέλαση στο έργο, η μετάνοια και η υπαναχώρηση. Σύμφωνα με τον Ν.2121, τα χαρακτηριστικά του ηθικού δικαιώματος είναι: αμεταβίβαστο μεταξύ ζώντων, ανεπίδεκτο κατάσχεσης και ανεπίδεκτο παραίτησης εκτός από περιπτώσεις άφεσης χρέους (αρ.12 παρ.1), κληρονομητό (αρ.12 παρ.2), ανεξάρτητο από το περιουσιακό δικαίωμα και παραμένει στο δημιουργό και μετά από τη μεταβίβαση του περιουσιακού δικαιώματος (αρ.4 παρ.3).

Τέλος, η άσκηση του μπορεί να μειωθεί συμβατικά (αρ.14,16) και η συναίνεση του δημιουργού για πράξεις ή παραλείψεις, που αλλιώς θα αποτελούσαν προσβολή του ηθικού δικαιώματος, αποτελεί τρόπο άσκησης του δικαιώματος αυτού και δεσμεύει τον δημιουργό. Συναίνεση στην προκειμένη περίπτωση είναι η νομική πράξη του δημιουργού που δεν κατευθύνεται σε συγκεκριμένο έννομο αποτέλεσμα, αλλά της οποίας οι έννομες συνέπειες καθορίζονται από τον νόμο.¹⁰

1.7.2 Περιουσιακό Δικαίωμα

Το περιουσιακό δικαίωμα αφορά στην οικονομική εκμετάλλευση του έργου. Κάθε εξουσία απαγόρευσης μιας μορφής εκμετάλλευσης υποδηλώνει στην πραγματικότητα ότι ο δημιουργός μπορεί να αξιώνει αμοιβή για αυτήν¹¹. (www.Wikipedia.org)

Το περιουσιακό δικαίωμα απαρτίζεται από επιμέρους εξουσίες, που είναι: η εγγραφή, η αναπαραγωγή, η δημιουργία παράγωγου έργου, η διανομή, η εκμίσθωση και ο δημόσιος δανεισμός, η δημόσια εκτέλεση και παρουσίαση, αλλά και η ραδιοτηλεοπτική μετάδοση ή αναμετάδοση του έργου στο κοινό.

Η χρήση έργων τρίτων προσώπων, χωρίς την άδεια των δημιουργών μπορεί να θεωρηθεί νόμιμη, μόνο στην περίπτωση που τα έργα αποτελούν κοινό κτήμα, διότι έχει παρέλθει η προστασία τους, ή πρόκειται για έργα που δεν χρήζουν προστασίας ή για ιδέες που συμπεριλαμβάνονται στα έργα αυτά, είτε διότι ανήκουν στους περιορισμούς του περιουσιακού δικαιώματος.

1.8 Οικονομική Εκμετάλλευση του Έργου

Η οικονομική εκμετάλλευση του έργου πραγματοποιείται με τη μεταβίβαση των περιουσιακών δικαιωμάτων του δημιουργού ή με συμβάσεις είτε με άδειες εκμετάλλευσης του έργου. Η βασική διαφορά των οικονομικών δυνατοτήτων εκμετάλλευσης του έργου είναι η ακόλουθη: με τη μεταβίβαση του περιουσιακού δικαιώματος, ο πνευματικός δημιουργός απομακρύνεται από το μεταβιβαζόμενο περιουσιακό δικαίωμα π.χ. δημόσιας εκτέλεσης, αναπαραγωγής του έργου και μοναδικός δικαιούχος θεωρείται πλέον ο νέος κτήτορας. Στην περίπτωση σύμβασης εκμετάλλευσης του έργου, ο δημιουργός χωρίς να χρειαστεί να μεταβιβάσει το δικαίωμα του, επιτρέπει σε ένα τρίτο πρόσωπο την κατά αποκλειστικό τρόπο, ή μη,

¹⁰ <https://el.wikipedia.org/wiki/ΗθικάΔικαιώματα>

¹¹ www.wikipedia.org/wiki/ΠεριουσιακάΔικαιώματα

εκμετάλλευση του έργου ως προς μια τουλάχιστον επί μέρους εξουσία της ΠΙ, περιουσιακής βέβαια φύσεως. Μία ακόμη κατηγορία οικονομικής αξιοποίησης του έργου είναι και οι «συμβάσεις νομιμοποίησης», με τις οποίες ο δημιουργός εκχωρεί σε τρίτο άτομο το δικαίωμα να διαχειρίζεται τα περιουσιακά του δικαιώματα. Σε αυτές τις περιπτώσεις, ο τρίτος νομιμοποιείται να προβαίνει σε σύναψη συμβάσεων εκμετάλλευσης του έργου από τρίτους. Τα περιουσιακά δικαιώματα μπορούν να μεταβιβάζονται ελεύθερα, όσο ο δημιουργός ζει και μπορεί να τα διαχειριστεί όπως θέλει προς ίδιον όφελος και συμφέρον.

Οι δικαιοπράξεις που αφορούν τη μεταβίβαση του περιουσιακού δικαιώματος, οι συμβάσεις και οι άδειες εκμετάλλευσης, αφενός θεωρούνται μη έγκυρες, εάν δεν καταρτισθούν εγγράφως, και αφετέρου το περιεχόμενο τους θα πρέπει να καθορίζει την διάρκεια ισχύος τους, την τοπική ισχύ της σύμβασης, τις μεταβιβαζόμενες εξουσίες, τα μέσα εκμετάλλευσης και την αμοιβή του δημιουργού. Οι συμβάσεις και οι άδειες εκμετάλλευσης μπορούν να είναι αποκλειστικές - ή μη. Δεν μπορούν όμως να περιλαμβάνουν το σύνολο των μελλοντικών έργων ενός δημιουργού ¹². (Παναγιωτίδου, 2018)

1.9 Ευρεσιτεχνίες (Πατέντες)

Πολύ συχνό φαινόμενο είναι να συγχέεται και της περισσότερες φορές λανθασμένα να ταυτίζεται, η έννοια της πνευματικής ιδιοκτησίας με τα έργα με τις ευρεσιτεχνίες (πατέντες).

Ως Ευρεσιτεχνία νοείται: «ένα αποκλειστικό δικαίωμα χρήσης που δίνεται για κάποιο διάστημα στον εφευρέτη (φυσικό ή νομικό πρόσωπο) μιας νέας μεθόδου, ουσίας ή μηχανισμού»¹³. (www.wikipedia.org) Ως δίπλωμα ευρεσιτεχνίας ορίζεται: «ο τίτλος προστασίας που χορηγείται στον εφευρέτη ή στον δικαιούχο μια εφεύρεσης για νέα επινοήματα.» Τα επινοήματα αυτά μπορούν να είναι προϊόντα, μέθοδοι παραγωγής προϊόντος ή βιομηχανικές εφαρμογές. Πρόκειται για διοικητική πράξη που εκδίδεται από τον Οργανισμό Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (αρ 8, 11 του Ν.1733/87), με την οποία παρέχεται στον δικαιούχο το απόλυτο και χρονικά περιορισμένο δικαίωμα στην ευρεσιτεχνία»¹⁴. (www.wikipeda.org) Τα Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας αναφέρονται σε εφευρέσεις που δημιουργούν ένα τεχνικό αποτέλεσμα ή σε βελτιωμένα και νέα προϊόντα είτε σε διαδικασίες ή εφαρμογές.

Στην Ελλάδα την αρμοδιότητα για την κατοχύρωση πατεντών έχει ο Οργανισμός Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας, που συγκροτήθηκε το 1988 με τον Νόμο 1733/87. Λειτουργεί ως γραφείο παραλαβής αιτημάτων και για Ευρωπαϊκή και Διεθνή κατοχύρωση πατέντας και βιομηχανικών σχεδίων. Η λειτουργία του αποσκοπεί «στην όλο και μεγαλύτερη συμβολή του στον εκσυγχρονισμό και βελτίωση του συστήματος προστασίας της βιομηχανικής ιδιοκτησίας, καθώς και στην προώθηση της

¹² www.urenio.org, «Διαχείριση Πνευματικής Ιδιοκτησίας», Παναγιωτίδου Ευ, 2018

¹³ www.wikipedia.org

¹⁴ www.wikipedia.org

καινοτομίας»¹⁵. (www.obi.gr) Η διάρκεια που παρέχει το Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας δεν είναι απροσδιόριστη, αλλά 20ετής υπό την προϋπόθεση της ετήσιας και εμπρόθεσμης καταβολής του τέλους ανανέωσης. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι παρέχεται ένα εύλογο χρονικό διάστημα για την εμπορική εκμετάλλευση της πατέντας. Μέχρι την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης, η εκάστοτε πατέντα θα πρέπει να είναι «απόλυτα» νέα. Το στοιχείο του νέου καθορίζεται απ' ότι είναι γνωστό τεχνικά παγκοσμίως, προφορικά, ή καταγεγραμμένο, ή γνωστό με οποιονδήποτε άλλον τρόπο. Η εκάστοτε εφεύρεση θα πρέπει δηλαδή να μην έχει γίνει γνωστή στο κοινό. Μόνο δύο εξαιρέσεις υπάρχουν στον συγκεκριμένο κανόνα: αν κάποιος τρίτος φανέρωσε καταχρηστικά την εφεύρεση ή αν ο ίδιος ο δημιουργός την παρουσίασε σε επίσημα αναγνωρισμένη έκθεση. Και στις δύο αυτές περιπτώσεις αυτές, θα πρέπει να υποβληθεί άμεσα η αίτηση διότι η πατέντα «καλύπτεται», μόνο για έξι μήνες από τότε που έγινε γνωστή στο κοινό με τους δύο προαναφερθέντες τρόπους. Η εφεύρεση για να μπορεί να κατοχυρωθεί, θα πρέπει επιπλέον να περιλαμβάνει ένα εφευρετικό βήμα, να επιδέχεται βιομηχανικής εφαρμογής και να μην αντιτίθεται στην δημόσια τάξη και ηθική¹⁶.(LIIP,2003)

Τα Είδη Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας είναι τα ακόλουθα:

1. Εθνικά (με υποβολή αίτησης στον OBI).
2. Ευρωπαϊκά (με υποβολή αίτησης στο EPC).
3. Διεθνή (με υποβολή αίτησης στο WIPO που καλύπτει 142 κράτη που έχουν επικυρώσει τη Διεθνή Συνθήκη Συνεργασίας για τα Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας (Patent Cooperation Treaty- PCT το 1970).

Ο κάτοχος διπλώματος ευρεσιτεχνίας μπορεί να το εκμεταλλευτεί οικονομικά με άμεσο αλλά και με έμμεσο τρόπο, μεταβιβάζοντας το δίπλωμα ή εκχωρώντας άδεια εκμετάλλευσης. Δεν δίνεται Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας ενδεικτικά για: ανακαλύψεις, επιστημονικές θεωρίες, μαθηματικές μεθόδους, αισθητικές δημιουργίες, σχέδια, κανόνες και μεθόδους για την άσκηση πνευματικών δραστηριοτήτων, οικονομικών δραστηριοτήτων και παιχνίδια, για την παρουσίαση πληροφοριών κ.ά.

Δεν θεωρούνται «εφευρέσεις επιδεκτικές βιομηχανικής εφαρμογής» και δεν προστατεύονται επίσης οι χειρουργικές και θεραπευτικές μέθοδοι του ανθρωπίνου σώματος και του σώματος των ζώων, καθώς και οι διαγνωστικές μέθοδοι που έχουν εφαρμογή στο ανθρώπινο σώμα ή στο σώμα των ζώων. Τα προϊόντα όμως που χρησιμοποιούνται κατά την εφαρμογή των παραπάνω μεθόδων, μπορούν να θεωρηθούν «εφευρέσεις επιδεκτικές βιομηχανικής εφαρμογής».

¹⁵ www.obi.gr

¹⁶ LIIP (2003), «ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ - Οδηγός Καλής Πρακτικής». Εκδότης: Linking Innovation and Industrial Property (LIIP)

Εκτός από τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας υπάρχει και το πιστοποιητικό υποδείγματος χρησιμότητας (ΠΥΧ). Πρόκειται για έναν τίτλο προστασίας για 7 έτη που χορηγείται στον δημιουργό για τρισδιάστατα αντικείμενα, με καθορισμένο σχήμα και μορφή, που δίνουν λύση σε τεχνικό πρόβλημα και κατέχουν τα χαρακτηριστικά του «νέου» και βιομηχανικά εφαρμόσιμοι. Αποβλέπουν κυρίως στην προστασία «μικρών» εφευρέσεων, για τις οποίες δεν χρειάζεται να ισχύουν όλοι οι προβλεπόμενοι όροι και προϋποθέσεις για τη χορήγηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας.

Μια ακόμη μορφή ευρεσιτεχνίας είναι και τα βραχυπρόθεσμα Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας, που παρουσιάζουν αρκετές ομοιότητες με τα δικαιώματα υποδείγματος χρησιμότητας. Δημιουργήθηκαν με απώτερο σκοπό τη δημιουργία μιας εναλλακτικής στα μακροπρόθεσμα Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας. Αποδίδονται σε μικρότερο χρονικό διάστημα, καθώς δεν προϋποθέτουν έκθεση έρευνας και έτσι η απόκτηση τους είναι αρκετά πιο εύκολη και λιγότερο αυστηρή, σε σύγκριση με εκείνη των μακροπρόθεσμων. Τα βραχυπρόθεσμα Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας ισχύουν για εφευρέσεις μικρής διάρκειας ή για κύκλους εφευρέσεων που από τεχνολογικής άποψης είναι λιγότερο σύνθετες. Μια ακόμη επιμέρους κατηγορία είναι τα συμπληρωματικά Πιστοποιητικά Προστασίας για Φαρμακευτικά Προϊόντα και Φυτοπροστατευτικά Προϊόντα, που διευκολύνουν την επέκταση της διάρκειας του αποκλειστικού δικαιώματος ευρεσιτεχνίας (αποκλειστικά όσον αφορά στο προϊόν που καλύπτεται από την εξουσιοδότηση για την κυκλοφορία του αντίστοιχου φαρμακευτικού ή φυτοπροστατευτικού προϊόντος στην αγορά), για το μέγιστο διάστημα των 5 ετών από τη λήξη της προθεσμίας του βασικού διπλώματος ευρεσιτεχνίας. Μία τελευταία κατηγορία είναι και τα λεγόμενα Πιστοποιητικά Καταχώρησης για Τοπογραφίες Ημιαγωγών, που αφορούν προϊόντα ημιαγωγών που βρίσκονται στην τελική ή ενδιάμεση μορφή οποιουδήποτε προϊόντος, που αποτελείται από ένα σώμα υλικού το οποίο περιλαμβάνει ένα επίπεδο ημι-αγώγιμου υλικού και ένα ή περισσότερα επίπεδα που απαρτίζονται από αγώγιμο, μονωτικό ή ημι-αγώγιμο και είναι σχεδιασμένα να εκτελούν μια συγκεκριμένη ηλεκτρονική λειτουργία¹⁷. (LIIP,2003)

1.9.1 Οι Πατέντες Σήμερα

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας, όσο και η απόκτηση διπλωμάτων ευρεσιτεχνιών μιας επιχείρησης, μπορούν να συμβάλλουν σημαντικά στην οικονομική της ανάπτυξη και στην μεγέθυνση της. Ενθαρρυντικοί είναι οι αριθμοί από πλευράς διπλωμάτων ευρεσιτεχνιών – μιας έννοιας περισσότερο κατανοητής στο πλαίσιο του ελληνικού επιχειρηματικού κόσμου, εφόσον το αποτέλεσμα της (πατέντα) είναι μετρήσιμο.

Στην ετήσια συνολική έκθεση του Ευρωπαϊκού Γραφείου για το έτος 2017, καταγράφηκε ότι απονεμήθηκαν περισσότερα από 100.000 διπλώματα ευρεσιτεχνίας και ότι οι ελληνικές εταιρείες κατοχύρωσαν κατά 35,1% περισσότερο από το

¹⁷ LIIP (2003), «ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ - Οδηγός Καλής Πρακτικής». Εκδότης: Linking Innovation and Industrial Property (LIIP)

προηγούμενο έτος. Η έκθεση επιβεβαιώνει την θετική τάση των επιχειρήσεων προς την προστασία των ευρεσιτεχνιών και ως προς την κατάθεση αιτήσεων διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας τα τελευταία πέντε χρόνια.

Σε ότι αφορά την Ελλάδα, συνολικά 100 αιτήσεις κατατέθηκαν, με τις μηχανές, τις τουρμπίνες και τις αντλίες να «προηγούνται» και την μακρομοριακή χημεία και τα πολυμερή να ακολουθούν στη συνέχεια. Σημειώνεται ότι το 2016 είχαν κατατεθεί μόλις 72 αιτήσεις, επίδοση κατά 20,9% μειωμένη σε ετήσια σύγκριση. Οι χώρες με τις περισσότερες αιτήσεις για ευρωπαϊκά διπλώματα ευρεσιτεχνίας ήταν οι Η.Π.Α., η Γερμανία, η Ιαπωνία, η Γαλλία και η Κίνα. Οι περισσότερες αιτήσεις για διπλώματα ευρεσιτεχνίας κατατέθηκαν στον τομέα της Ιατρικής Τεχνολογίας, με τους τομείς της Ψηφιακής Επικοινωνίας και της Τεχνολογίας Υπολογιστών να ακολουθούν στις αμέσως επόμενες θέσεις¹⁸. (www.bankingnews.gr)

1.9.2 Πατέντες και Δικαιώματα

Α. Περιουσιακό Δικαίωμα

Ο κάτοχος του διπλώματος, φυσικό ή νομικό πρόσωπο, έχει την ελευθερία να εκχωρήσει την άδειά του ή να μην επιτρέψει τη χρήση της εφευρέσής του (περιουσιακό δικαίωμα).

Ο εφευρέτης έχει επίσης το ηθικό δικαίωμα επί της εφεύρεσης και το περιουσιακό δικαίωμα, όταν με ίδια υλικά - οικονομικά μέσα τελειοποίησε την εφευρετική ιδέα, αιτήθηκε την χορήγηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας και εν τέλει αποκόμισε τη νομική κατοχύρωσή της.

Όταν η εφευρετική δραστηριότητα δεν αποτελεί ατομική υπόθεση, καθώς η χρηματοδότηση προέρχεται από φορείς του κρατικού ή ιδιωτικού τομέα, τότε ο νόμος διαχωρίζει τις εξής περιπτώσεις:

- **Υπηρεσιακές εφευρέσεις**, όταν υφίσταται σύμβαση μεταξύ εργοδότη και εργαζόμενου, τότε το δικαίωμα κατάθεσης αιτήματος κατοχύρωσης εμπίπτει στον εργοδότη (φορέα).
- **Εξαρτημένες εφευρέσεις**, θεωρούνται, όταν ο εργαζόμενος χρησιμοποίησε υλικά, μέσα, στοιχεία και πληροφορίες από το εργασιακό περιβάλλον, αλλά δεν υπάρχει σχετική σύμβαση. Στις εφευρέσεις αυτές, ο εφευρέτης και ο χορηγός-εργοδότης κάνουν από κοινού την αίτηση χορήγησης διπλώματος.

Στην περίπτωση που η έρευνα για την εφεύρεση είναι ομαδικό έργο αρκετών ερευνητών, τότε μπορούν οι ίδιοι να ορίσουν το ποσοστό τους επί του διπλώματος ευρεσιτεχνίας.

¹⁸ <http://bankingnews.gr/index.php?id=355358,2018>

Β. Προστασία από Κλοπή

Κατοχυρώνοντας το επινόημα, το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας λειτουργεί ως ασπίδα απέναντι σε κάθε απόπειρα παραποίησης ή αντιγραφής του. Ο κάτοχος του διπλώματος ευρεσιτεχνίας καλύπτεται από το νόμο και μπορεί να προσφύγει στη δικαιοσύνη, αιτούμενος την ανάκληση ενός προϊόντος που αντιγράφει το δικό του.

Αυτό προϋποθέτει φυσικά ότι ο εκάστοτε κάτοχος διπλώματος ευρεσιτεχνίας είναι συνέχεια σε επιφυλακή και παρακολουθεί τους ανταγωνιστές του, έτσι ώστε κανείς να μην χρησιμοποιήσει αθέμιτα την εφεύρεση του. Σε αντίθετη περίπτωση, η έλλειψη κατοχύρωσης αφήνει σημαντικά περιθώρια αντιγραφής και εκμετάλλευσης από κακόβουλους ή πιθανούς ανταγωνιστές. Οι επιχειρήσεις ή οι ιδιώτες με πιστοποιημένες ευρεσιτεχνίες διασφαλίζονται, καθώς οι φορείς πιστοποίησης εκτελούν για κάθε αίτημα κατοχύρωσης ενδελεχείς ελέγχους, με κύριο σκοπό την διασταύρωση των στοιχείων καινοτομίας, διαπιστώνοντας και εντοπίζοντας τυχόν διαστρεβλωτικές τάσεις από επιτήδειους.

Γ. Ποιοτική Υπεροχή

Η διασφάλιση της πατέντας δίνει προβάδισμα στον δημιουργό έναντι των ανταγωνιστών στην αγορά εργασίας. Λόγω του κύρους που προσδίδει η μοναδικότητα της εφεύρεσης αλλά και το ποιοτικό και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, όπως η φήμη της επιχείρησης. Πρόκειται για το αποκαλούμενο «άυλο κεφάλαιο», δηλαδή ένα άυλο περιουσιακό στοιχείο το οποίο όμως την ξεχωρίζει από παρόμοιες ανταγωνίστριες εταιρείες του ίδιου τομέα/κλάδου και την καθιστά ελκυστικότερη και ιδανικότερη ως επιλογή στα μάτια των δυνητικών και μελλοντικών υποψήφιων πελατών της.

Δ. Πώληση ή Ενοικίαση

Σύμφωνα με το άρθρο 12 του Ν. 1733/87¹⁹, ο κάτοχος του διπλώματος, που δεν επιθυμεί να εκμεταλλευτεί ο ίδιος την εφεύρεση του, μπορεί να τη μεταβιβάσει ή να εκχωρήσει άδεια εκμετάλλευσης, σε τρίτα άτομα έναντι κάποιου συμφωνημένου χρηματικού ποσού. Υπάρχουν βέβαια και κάποιες περιπτώσεις, όπου οι επιχειρήσεις προβαίνουν στην κατοχύρωση ή στην αγορά ενός διπλώματος ευρεσιτεχνίας με τελικό στόχο την κατάργησή του. Πρόκειται για επιχειρηματικές τακτικές, που αποσκοπούν στο να προστατεύσουν το ήδη υφιστάμενο και παραγόμενο προϊόν τους από τους πιθανούς ανταγωνιστές.

1.10 Βιομηχανικά Σχέδια και Υποδείγματα

Εκτός από τις πατέντες, σημαντική άυλη περιουσία θεωρούνται επίσης και τα βιομηχανικά σχέδια-υποδείγματα. Ως βιομηχανικό σχέδιο και υπόδειγμα εννοούμε «τα εξωτερικά ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της εικόνας ενός βιομηχανικού ή βιοτεχνικού προϊόντος, όπως είναι ενδεικτικά, η γραμμή, το περίγραμμα, το χρώμα, το σχήμα, η μορφή και τα υλικά του προϊόντος ή της διακόσμησης του». Με τον όρο

¹⁹ Νόμος για τα Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας Ν.1733/1987

«προϊόν» εννοείται και η συσκευασία, η παρουσίαση, οι γραφικές παραστάσεις-σύμβολα, τα τυπογραφικά στοιχεία, τα συστατικά που προορίζονται για συναρμολόγηση σε ένα σύνθετο προϊόν κλπ., όπως είναι για παράδειγμα τα ποτήρια φαγητού με σχέδια του Δημήτρη Μυταρά, ένα mouse pad με αναπαράσταση ενός πίνακα του Dalí, οι τριπλές βέρες του Cartier, η πένα Mont Blanc, η κολόνια του Gaultier σε μπουκάλι με σχήμα ανδρικού σώματος, τα metallic ρούχα του Paco Rabanne, το ταγιέρ της Coco Chanel, η τσάντα Kelly του οίκου Hermes, κλπ. Η προστασία των βιομηχανικών σχεδίων-υποδειγμάτων είναι ένας συνδυασμός προστασίας βιομηχανικών και πνευματικών δικαιωμάτων. Προϋπόθεση για την προστασία ενός βιομηχανικού σχεδίου ή υποδείγματος, είναι αυτό να είναι νέο και να έχει ατομική υπόσταση. Η ευθύνη ότι ικανοποιούνται οι δύο παραπάνω προϋποθέσεις, ανήκει αποκλειστικά στον καταθέτη. Η χρονική διάρκεια ισχύος του βιομηχανικού σχεδίου ή υποδείγματος στην Ε.Ε είναι 5 χρόνια από την ημερομηνία κατάθεσης της σχετικής αίτησης, με δυνατότητα ανανέωσης ανά πέντε έτη, μέχρι τη συμπλήρωση 25 ετών. Για όλο το παραπάνω χρονικό διάστημα και αμέσως μετά την καταχώρηση, ο δικαιούχος διαθέτει το αποκλειστικό δικαίωμα να χρησιμοποιεί το βιομηχανικό σχέδιο ή υπόδειγμα και να μην επιτρέπει σε οποιονδήποτε τρίτο τη χρήση του. Ιδίως έχει το δικαίωμα να κατασκευάζει, να παρέχει στην αγορά, να εισάγει, να εξάγει και να χρησιμοποιεί το προϊόν στο οποίο έχει ενσωματωθεί ή εφαρμόστεί το σχέδιο ή το υπόδειγμα, ή να το αποθηκεύει²⁰. (Σελέκος, 1999)

1.11 Εμπορικά Σήματα

Εξίσου σπουδαία και απαραίτητα για μια επιχείρηση είναι και τα εμπορικά σήματα, διότι αφορούν στην ταυτότητα της επωνυμίας.

Εμπορικά σήματα μπορεί να είναι διακριτικές λέξεις, σύμβολα ή άλλα χαρακτηριστικά και ο βασικός σκοπός τους είναι να κάνουν τη σύνδεση στο μυαλό του πελάτη, μεταξύ συγκεκριμένων προϊόντων ή υπηρεσιών και της εταιρίας.

Ως εμπορικό σήμα ορίζεται «εκείνο το σύμβολο μέσω το οποίου μια εταιρεία προσδιορίζει την ταυτότητα των προϊόντων της ή των υπηρεσιών της και τα κάνει να ξεχωρίζουν έναντι του ανταγωνισμού». Για να κατοχυρωθεί ένα εμπορικό σήμα, θα πρέπει να είναι διακριτικό, να είναι σύμφωνο με τις αρχές της δημόσιας τάξης και ηθικής, να μην είναι παραπλανητικό και να μην είναι περιγραφικό.²¹ (Ν.229/1994) Τέλος, δεν θα πρέπει να κατατάσσεται στις εξαιρέσεις, δηλαδή να μην είναι φωτογραφία ή σχεδιάγραμμα ή όνομα ανθρώπου ή τόπου, εκτός και αν παρουσιάζονται με τρόπο αρκετά διακριτικό. Η προστασία διαρκεί 10 έτη και η εκάστοτε επιχείρηση μπορεί να προβεί σε συνεχή ανανέωσή της. Τέλος, εμποδίζει τον ανταγωνισμό να προχωρήσει σε προσπάθειες μίμησης και εκμετάλλευσης της φήμης της εταιρίας και προσφέρει στον κάτοχο νομικά μέσα κατά της κυβερνοκατάληψης.

²⁰ Σελέκος, Π. (1999). Το δικαίωμα στο Βιομηχανικό Σχέδιο και Υπόδειγμα, Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλα

²¹ Νόμος για τα εμπορικά σήματα Ν.22399/1994

Η βιομηχανική ιδιοκτησία της εκάστοτε επιχείρησης και η κατοχύρωση διπλωμάτων ευρεσιτεχνιών της επιχείρησης αποτελούν χωρίς καμία αμφιβολία σημαντικά assets και οδηγούν στην επίτευξη του κέρδους και την οικονομική ανάπτυξή της.²² Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η κατοχύρωση του βιομηχανικού σχεδίου του πασίγνωστου μπουκαλιού της Coca-Cola. Στην περίπτωση αυτή, ένα απλό μπουκάλι αναψυκτικού έγινε μία εικόνα “σύμβολο”, τόσο για την ίδια την επιχείρηση όσο και για τον παγκόσμιο χάρτη.

Στις 26 Απριλίου του 1915, τα μέλη της Ένωσης Εμφιαλωτών της Coca-Cola αποφάσισαν να δαπανήσουν περισσότερα από \$500, για να αναπτύξουν ένα μπουκάλι που να χαρακτηρίζει την Coca-Cola. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα, 8 στις 10 εταιρίες υαλουργίας, σε κάθε πολιτεία των Η.Π.Α, να προσκληθούν ώστε να συμμετάσχουν και να αναπτύξουν «ένα μπουκάλι, τόσο χαρακτηριστικό, που θα μπορούσες να το αναγνωρίσεις ακόμη και στο σκοτάδι ή σπασμένο σε κομμάτια, στο πάτωμα» όπως χαρακτηριστικά είχε δηλώσει η διοίκηση. Με αυτήν την απλή περιγραφή του έργου, ο διαγωνισμός τέθηκε σε λειτουργία. Η πρώτη δημόσια «εμφάνιση» του μπουκαλιού καταγράφηκε το 1918 και μέχρι το 1920, σχεδόν όλοι οι εμφιαλωτές χρησιμοποιούσαν το νέο μπουκάλι. Το 1923, ανανεώθηκε η κατοχύρωση της πατέντας. Οι πατέντες λήγουν μετά από 14 χρόνια (ανανεώθηκε φυσικά ακόμα μία φορά, το 1937) και έτσι το 1951 όλα τα δικαιώματα είχαν λήξει. Η εταιρία έκανε εκ νέου αίτηση χορήγησης άδειας χρήσης Trademark, καθώς το χαρακτηριστικό περίγραμμα του μπουκαλιού ήταν τόσο ιδιαίτερο, ξεχωριστό και αναγνωρίσιμο. Σπάνια χορηγούταν μία τέτοια κατηγορία άδειας σε μία εμπορική συσκευασία, αλλά η εταιρεία κατάφερε να την αποκτήσει στις 12 Απριλίου του 1961. Ακόμη και στις μέρες μας, η συμβολή της κατοχύρωσης του μπουκαλιού έχει τεράστια σημασία για την Coca-Cola και την διαχρονική επιτυχία της²³. (Ryan, 2015) Εξίσου σημαντικό για την εταιρεία είναι και το κατοχυρωμένο εμπορικό της σήμα, καθώς είναι αναγνωρίσιμο σε όλο το παγκόσμιο χάρτη. Συγκεκριμένα, ο πρόεδρος της Coca-Cola, σε δήλωση του είχε πει ότι «ακόμα και αν τα κτίρια, τα μηχανήματα, ο εξοπλισμός, τα οχήματα και η φυσική ιδιοκτησία της εταιρίας καταστρέφονταν, η επιχείρηση δεν θα αντιμετώπιζε δυσκολία να δημιουργηθεί εκ νέου, υπό την προϋπόθεση όμως ότι το εμπορικό της σήμα θα παρέμενε αναλλοίωτο».

Στην παρούσα διπλωματική εργασία θα μελετήσουμε την αξία της διανοητικής ιδιοκτησίας στον επιχειρηματικό κόσμο και την συμβολή της στο οικονομικό αποτέλεσμα, την ανάπτυξη, τη φήμη και το κύρος των επιχειρήσεων τόσο σε παγκόσμιο όσο και σε εθνικό επίπεδο. Ειδικότερα θα μελετήσουμε την σύνδεση της κατοχύρωσης της ΔΙ με την εμπορική επιτυχία και την οικονομική μεγέθυνση σε διάφορες μορφές επιχειρήσεων (crowdfunding project, startup, Μικρομεσαίες επιχειρήσεις), σε διάφορες επιχειρηματικές φάσεις (αποτίμηση επιχειρησιακής

²² Λιακόπουλος, Θ. (1993). Βιομηχανική Ιδιοκτησία, Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλα.

²³ [www.coca-cola.gr/articles/i-istoria-tou-mpoukaliou-tis-coca-cola/To παράδειγμα της Coca Cola-Ted Ryan, 2015](http://www.coca-cola.gr/articles/i-istoria-tou-mpoukaliou-tis-coca-cola/To%20παράδειγμα%20της%20Coca%20Cola-Ted%20Ryan,%202015)

περιουσίας, εξαγορές, συγχωνεύσεις) και σε διάφορες χώρες (παγκόσμια έρευνα, case study ελληνικών επιχειρήσεων).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

2.1 Η Διανοητική Ιδιοκτησία και η Εμπορευματοποίηση Διανοητικής Ιδιοκτησίας

Η προστασία και η αξιοποίηση της διανοητικής ιδιοκτησίας συνιστά κύριο τμήμα της καινοτομικής διαδικασίας κάθε οικονομικής οντότητας. Συγκεκριμένα, ο όρος διανοητική ιδιοκτησία (ΔΙ) είναι ευρύς και καλύπτει τις περισσότερες ή σχεδόν όλες τις κατηγορίες δικαιωμάτων, όπως είναι τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας, τα πιστοποιητικά υποδείγματος χρησιμότητας, την πνευματική ιδιοκτησία, τα εμπορικά σήματα, τα βιομηχανικά σχέδια-υποδείγματα κλπ.

Με την ολοένα και αυξανόμενη κινητικότητα των ανθρώπων και της μεταδιδόμενης πληροφορίας, η γνώση, η κατάρτιση και η εξειδίκευση διαδίδονται ταχύτατα παγκοσμίως, με άμεσο αποτέλεσμα κάθε συγκριτικό πλεονέκτημα που αποκομίζει μία οικονομική μονάδα να περιοριστεί πιθανότατα πολύ σύντομα από τους ανταγωνιστές της.

Δεδομένου ότι το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο στην Ελλάδα, στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά και σε παγκόσμια βάση μεταβάλλεται διαρκώς, συνιστάται στους ενδιαφερόμενους να προβούν σε επικαιροποίηση των πληροφοριών τους και να δέχονται να λαμβάνουν συμβουλές από τους ειδικούς²⁴. (www.naftemporiki.gr/story, 2018)

Στη σημερινή ιδιαίτερα ανταγωνιστική οικονομία, η ανάγκη για καινοτομία και νέες, πρωτοπόρες ιδέες είναι περισσότερο επιτακτική σε σύγκριση με τα προηγούμενα χρόνια. Οι ιδέες και τα άυλα περιουσιακά στοιχεία, όπως για παράδειγμα τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας, τα πνευματικά δικαιώματα, τα εμπορικά σήματα και τα βιομηχανικά σχέδια, που είναι ευρέως γνωστά ως Διανοητική Ιδιοκτησία, έχουν στις μέρες μας πολλές φορές μεγαλύτερη αξία από τα υλικά περιουσιακά στοιχεία μιας επιχείρησης.

Εξετάζοντας το πώς δημιουργήθηκαν οι νέοι εκατομμυριούχοι επιχειρηματίες, όπως οι ιδρυτές του Facebook, Snapchat ή Airbnb, αντιλαμβάνεται κανείς το πόσο κερδοφόρα και αποδοτική μπορεί να είναι μία νέα, καινοτόμα ιδέα που υλοποιείται με τον ορθό τρόπο. Τη συγκεκριμένη τάση της αγοράς αναγνώρισαν οι επιχειρηματίες

²⁴ <https://m.naftemporiki.gr/story/1410087>, Σοφία Εμμανουήλ, «Γιατί στην πνευματική ιδιοκτησία κρύβεται πολύτιμη εταιρική αξία», 11/2018

και στράφηκαν προς τη διανοητική ιδιοκτησία, την προστασία της, την αξιοποίησή της και τέλος, την εμπορευματοποίησή της.

Η διανοητική ιδιοκτησία μιας εταιρείας²⁵ αντιπροσωπεύει μία επένδυση από την οποία αναμένεται απόδοση-κέρδος. Επομένως, η μετατροπή μιας εφεύρεσης σε προϊόν ή υπηρεσία διαθέσιμη προς πώληση, προκειμένου να ξεκινήσει να αποφέρει έσοδα, αποτελεί ένα καθοριστικό στάδιο στην διαδικασία της καινοτομίας.

Η διανοητική ιδιοκτησία έχει μια δυνητική αξία και αυτός είναι και ο βασικός λόγος που ενέχει επενδυτικό ενδιαφέρον. Ο ιδιοκτήτης της ΔΙ θα πρέπει να την μετατρέψει σε πραγματικό κέρδος και η αξία της εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το πόσο καλά και αποδοτικά την χρησιμοποιεί. Θα πρέπει η καινοτομία καθώς και η τεχνολογική Έρευνα – Ανάπτυξη να μην ξεετάζονται ξεχωριστά από την εμπορική πραγματικότητα που κυριαρχεί στην αγορά. Ένα τεχνολογικό επίτευγμα θα πρέπει να αξιολογείται και να εκτιμάται πάντοτε με όρους της αγοράς ή της εμπορικής αξίας.

Επιπλέον, υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός άλλων παραγόντων που πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπόψη για την επίτευξη πραγματικού οφέλους για την επιχείρηση, όπως είναι η αύξηση της ευαισθητοποίησης για τον ρόλο της ΔΙ, η δημιουργία κοινής γλώσσας μέσα στο πλαίσιο του οργανισμού, η ανάπτυξη δεικτών για τον υπολογισμό της ΔΙ, η ανάπτυξη μεθοδολογίας μέτρησης και η χρήση έμπειρων και εξειδικευμένων συμβουλών.

Σε περίπτωση που η εταιρεία που διενέργησε ή ανέθεσε την έρευνα και κατέχει την ΔΙ δεν είναι από μόνη της ικανή να εκμεταλλευθεί τα αποτελέσματα, τότε υπάρχουν και άλλοι τρόποι εκμετάλλευσης της ΔΙ, όπως είναι η δημιουργία μιας νεοσύστατης εταιρείας για την εκμετάλλευση των προϊόντων ή/και των υπηρεσιών Διανοητικής Ιδιοκτησίας. Ακόμη, η σύσταση μιας κοινοπραξίας ή μιας σύμβασης συνεργασίας με μια κατάλληλη υφιστάμενη εταιρεία είτε η εκχώρηση άδειας χρησιμοποίησης των δικαιωμάτων ΔΙ σε μια υπάρχουσα εταιρεία ή σε άλλο οργανισμό με τη δυνατότητα εκμετάλλευσης ή αξιοποίησης αυτών και φυσικά η πώληση της ΔΙ.

Για να αποφανθεί η εκάστοτε επιχείρηση ποιος είναι ο καλύτερος τρόπος αξιοποίησης της διανοητικής ιδιοκτησίας, θα πρέπει να αναλύσει τον κάθε έναν ξεχωριστά, λαμβάνοντας υπόψη ορισμένα βασικά στοιχεία. Αρχικά, το εύρος και την ισχύ της ΔΙ από τεχνική και εμπορική άποψη, τις συνθήκες που κυριαρχούν στην αγορά, την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης, την εμπειρία και τις ικανότητες-δεξιότητες της. Η άμεση και πλήρης εκμετάλλευση των δικαιωμάτων της ΔΙ, δεν είναι πάντοτε δυνατή από τους ίδιους τους κατόχους ή μέσω μιας κοινοπραξίας. Σε αυτές τις περιπτώσεις για να εκμεταλλευθεί η επιχείρηση τα οικονομικά πλεονεκτήματα και οφέλη μιας καινοτομίας, εξετάζει τη δυνατότητα εκχώρησης άδειας.

²⁵ LIIP (2003), «ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ - Οδηγός Καλής Πρακτικής». Εκδότης: Linking Innovation and Industrial Property (LIIP)

Προς αυτήν την κατεύθυνση, μπορεί να οδηγηθεί μια διοίκηση λόγω της άμεσης ροής κεφαλαίου σε μετρητά, της περαιτέρω ανάπτυξης τεχνολογιών που στηρίζονται στη διανοητική ιδιοκτησία ή εξαιτίας της ακαταλληλότητας του προϊόντος να εξαχθεί π.χ. του όγκου της μονάδας, των ρυθμιστικών διαφορών, της έλλειψης εμπειρίας σε ξένες και άγνωστες αγορές. Επιπλέον, σε περιπτώσεις σημαντικής έλλειψης χρόνου και στην προσπάθεια εμπορευματοποίησης της διανοητικής ιδιοκτησίας ή ακόμη και σε περιπτώσεις που η τεχνολογία είναι εκτός της βασικής επιχειρηματικής γραμμής ή του βασικού τομέα ενδιαφέροντος, οι διοικήσεις διερευνούν αρκετά το ενδεχόμενο της εκχώρησης άδειας. Το πιο σημαντικό σε τέτοιου είδους στρατηγικές επιλογές είναι να διεξαχθεί μια λεπτομερής, ενδεδειγμένη και εκτενής έρευνα για το ποιος θα είναι ο κατάλληλος και ιδανικός συνεργάτης για την χορήγηση αδειάς. Κατάλληλος θεωρείται ο συνεργάτης που είναι φερέγγυος, αξιόπιστος, έμπειρος και ταυτόχρονα διαθέτει τους πόρους για τη σωστή εκμετάλλευση του προϊόντος ή/και της υπηρεσίας. Η εκχώρηση άδειας είναι μια αμφίδρομη διαδικασία και μπορεί να αναφέρεται σε οποιοδήποτε τύπο δικαιωμάτων Διανοητικής Ιδιοκτησίας, η οποία μπορεί να αρμόζει σε πολλές επιχειρήσεις και να τους αποφέρει περισσότερα κέρδη ακόμα και από την άμεση εκμετάλλευση της ΔΙ τους.

2.2 Απειλές κατά της Διανοητικής Ιδιοκτησίας

Θα πρέπει να τονιστεί ότι είναι πολύ μικρό το ποσοστό της ΔΙ των επιχειρήσεων που είναι κατοχυρωμένο και λιγότερο από το 1% είναι ασφαλισμένο. Αυτό δείχνει ξεκάθαρα ότι πολλές επιχειρήσεις δεν μπορούν ακόμη να αναγνωρίσουν την αξία της πνευματικής τους ιδιοκτησίας, προκειμένου να προχωρήσουν σε κατοχύρωση και η πλειοψηφία όταν τελικά προβεί, δεν λαμβάνει τα αναγκαία μέτρα για την προστασία αυτών των πολύτιμων άυλων περιουσιακών στοιχείων. Ο αυξανόμενος αριθμός αγωγών που συσχετίζονται με την πνευματική ιδιοκτησία σε παγκόσμιο επίπεδο κάθε έτος, καθώς και η αύξηση των αποζημιώσεων που αποδίδονται, σηματοδοτεί ότι η μη ασφάλιση της ΔΙ μπορεί να κοστίσει εκατομμύρια και να οδηγήσει ακόμη και στην καταστροφή της ίδιας της επιχείρησης. Στις μέρες μας, η ΔΙ μιας εταιρείας δεν σχετίζεται μόνο με το εμπορικό της σήμα ,αλλά συμπεριλαμβάνει σχέδια για προϊόντα, διαδικασίες, μεθόδους και αλγορίθμους που εφαρμόζει, προκειμένου να επιτύχει και να διατηρήσει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημά της στην αγορά. Η έλλειψη και η απώλεια τέτοιων στοιχείων, μπορούν να απειλήσουν ακόμη και τη θέση της στην αγορά. Κάθε οικονομική μονάδα που παράγει, εμπορεύεται ή πωλεί αγαθά ή/και υπηρεσίες, ενέχει τον κίνδυνο να κατηγορηθεί ότι παραβιάζει τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας ενός τρίτου μέρους. Σύμφωνα με τα στοιχεία πρόσφατης έκθεσης της PwC, οι μέσες ζημιές από αγωγές πατέντας στις ΗΠΑ, αυξήθηκαν στα 7,3 εκατομμύρια δολάρια τα τελευταία πέντε έτη. Εκτός από τις πιθανές ζημιές, σε αυτές τις περιπτώσεις οι εταιρείες θα επιβαρυνθούν και με το μεγάλο κόστος της νομικής εκπροσώπησης, το οποίο εκτιμάται ότι κυμαίνεται κατά μέσο όρο μεταξύ \$3 και \$10 εκατομμυρίων δολαρίων, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Πνευματικής Ιδιοκτησίας (WIPO). Για αρκετές εταιρείες (π.χ. ΜμΕ νεοφυείς), οι νομικές αμοιβές από μόνες τους είναι ένα τεράστιο κόστος, το οποίο δεν μπορούν εύκολα να επωμιστούν. Ιδιαίτερα στην Ελλάδα, παρατηρείται συχνά το

φαινόμενο να μην κατανοούν οι ντόπιοι επιχειρηματίες τις ευκαιρίες που παρέχει η κατοχύρωση και να μην ακολουθούν στρατηγική προστασίας της πνευματικής τους ιδιοκτησίας. Σε κάθε περίπτωση πάντως, τόσο σε παγκόσμιο όσο και σε εθνικό επίπεδο, η πνευματική ιδιοκτησία αποτελεί πλέον αναπόσπαστο κομμάτι των σύγχρονων επιχειρήσεων και θα πρέπει η εκάστοτε επιχείρηση να μην παραμένει μόνο στην κατοχύρωση, αλλά και στη χάραξη στρατηγικής για την ανάπτυξή της και κυρίως την προστασία της.

2.3 Patent Trolls

Τα Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας είναι αναγκαία για την εξασφάλιση δίκαιου ανταγωνισμού. Η εγγραφή ενός ΔΕ διασφαλίζει μια εφεύρεση ή μια διαδικασία, επιτρέποντας στον ιδιοκτήτη να ελέγχει τη χρήση της και να μεγιστοποιεί την απόδοσή της. Μια σχετικά νέα και πρωτόγνωρη απειλή απέναντι στην οποία οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικές, είναι εταιρίες γνωστές ως "patent trolls". Πιο συγκεκριμένα, οι patent trolls είναι εταιρίες, που παράγουν έσοδα μέσω αγωγών για παράνομη χρήση πατέντας και αδειοδόσεων. Οι εταιρίες αυτές αναφέρονται σε επιχειρήσεις, τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες των οποίων ενδέχεται να παραβιάζουν ένα από τα δικά τους ΔΕ. Σκοπός τους δεν είναι η προστασία της Διανοητικής τους Ιδιοκτησίας όπως ψευδώς επικαλούνται αλλά η επίτευξη οικονομικών κερδών (π.χ. ζητώντας λύτρα) εις βάρος εταιρειών που δίνουν βαρύτητα στην ΔΙ της. Ο αριθμός των ΔΕ που κατατίθενται κάθε έτος, αυξάνεται όπως αναφέραμε και παραπάνω με τις περισσότερες βέβαια υποθέσεις που φθάνουν στο δικαστήριο να οφείλονται στις εταιρίες patent trolls και όχι σε πραγματικές παραβιάσεις ΔΕ.

Ενώ οι εταιρίες patent trolls δραστηριοποιούνταν παλιότερα μόνο στις ΗΠΑ, έχουν αρχίσει να κάνουν την εμφάνισή τους, τόσο στο Ηνωμένο Βασίλειο όσο και στην ΕΕ, την Ασία ακόμη και στην Ελλάδα. Το κόστος της υπεράσπισης τέτοιων περιπτώσεων θα μπορούσε να είναι καταστροφικό για μια μικρή εταιρεία. Ωστόσο, οι patent trolls αποτελούν σοβαρή απειλή και για τις μεγάλες επιχειρήσεις, οι οποίες μπορούν να υποστούν επιζήμιες επιπτώσεις εξαιτίας τους. Η αυξανόμενη απειλή από την εμφάνιση αυτών των εταιρειών, κατέστησε επιτακτική την ανάγκη για νομική προστασία και ασφάλιση σε κάθε περίπτωση. Πολλές εταιρίες βέβαια στη σημερινή εποχή, δεν γνωρίζουν ότι υφίσταται ακόμη ασφάλιση πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ασφαλιστική αγορά ΔΙ είναι καίριας σημασίας για κάθε επιχείρηση, που παρέχει αγαθά ή/και υπηρεσίες και που μέχρι σήμερα έκαναν μάταιες προσπάθειες να διαχειριστούν από μόνες τους τους κινδύνους και τις απειλές.

Πλέον όμως, εκτός από τις νομικές συμβουλές σε επίπεδο κατοχύρωσης, οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιήσουν την ασφάλιση ως ένα χρήσιμο εργαλείο διαχείρισης κινδύνου²⁶. (www.cyberinsurancequote.gr,2018)

Ακριβώς, επειδή η νομοθεσία περί Διανοητικής Ιδιοκτησίας είναι ένας ιδιαίτερα πολύπλοκος τομέας, ο χειρισμός των εφαρμογών της αποτελεί αντικείμενο επεξεργασίας για ειδικούς. Ιδιαίτερα στις περιπτώσεις διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας, ο τρόπος που θα συνταχθεί το κείμενο προδιαγραφών είναι και αυτός που θα κρίνει τελικά το εύρος και την ισχύ του μονοπωλίου που αποκτάται και κατά συνέπεια και την πραγματική αξία της Διανοητικής Ιδιοκτησίας για αυτό συνιστάται να συντάσσεται από ειδικούς.

Συνεπώς, οι αποφάσεις που λαμβάνονται στο στάδιο της κατάρτισης του κειμένου προδιαγραφών της ευρεσιτεχνίας και η παρακολούθηση αυτών κατά τη διαδικασία εξέτασης, μπορεί να έχουν πολύ σπουδαίες επιχειρηματικές και επενδυτικές συνέπειες μελλοντικά. Προτείνεται λοιπόν, οι καταθέτες να καθορίζουν επαγγελματίες αντιπροσώπους, που κατέχουν τα απαραίτητα τεχνικά και νομικά προσόντα για την προετοιμασία της αίτησης και την παρακολούθηση της στα διάφορα στάδια της διαδικασίας έκδοσης της. Πρόκειται φυσικά για μια γενική αρχή και σε κάθε μεμονωμένη και ξεχωριστή περίπτωση ενδέχεται να ισχύουν διαφορετικά δεδομένα. Ωστόσο, η εμπειρία και η εξειδίκευση ενός ειδικού μπορεί να εξασφαλίσει τη σωστή χρήση της ευρεσιτεχνίας, ενώ η εξοικονόμηση πόρων από τη μη χρήση εξειδικευμένων συμβούλων σε όλα τα στάδια, μπορεί να αποδειχθεί στο τέλος αρκετά επιζήμια. Επαγγελματίες στα θέματα ΔΙ θεωρούνται τα γραφεία διανοητικής ιδιοκτησίας, οι δικηγόροι/αντιπρόσωποι διανοητικής ιδιοκτησίας, τα κέντρα πληροφοριών ΔΙ/PATLIB (βιβλιοθήκη ευρεσιτεχνιών), το IRC (Κέντρο Αναδιανομής Καινοτομίας) και οι Εθνικές Πλατφόρμες Υποστήριξης ΔΙ²⁷.(LIIP,2003)

2.4 Άυλα Περιουσιακά Στοιχεία Επιχείρησης

Τα άυλα περιουσιακά στοιχεία των επιχειρήσεων, όπως η τεχνογνωσία και ευρύτερα η πνευματική ιδιοκτησία (IP - Intellectual Property), εκτοπίζουν στις μέρες μας τα υλικά περιουσιακά στοιχεία ως προς τη βαρύτητά και τη σημασία τους στην εταιρική αξία, παρά το γεγονός ότι τα στελέχη δεν φαίνεται να το κατανοούν σε απόλυτο βαθμό, εξαιτίας της αδυναμίας τους να ποσοτικοποιήσουν αυτή την πηγή εταιρικής αξίας. Αυτό ενέχει και σημαντικούς κινδύνους, διότι δείχνει ένα κενό προετοιμασίας για πιθανές απειλές από τον ανταγωνισμό ή από τις προαναφερθείσες εταιρείες patent trolls. Ειδικότερα, στην Ελλάδα το θέμα παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, όσο ενισχύεται η συζήτηση για την καινοτομία και την έρευνα. Το ίδιο βέβαια ισχύει και για την Ευρωπαϊκή Ένωση. Στη χώρα μας γίνονται πολλές συχνές αλλαγές στο

²⁶ <https://www.cyberinsurancequote.gr/news/nikos-georgopoylos-asfalisi-pneumatikis-idioktisias-ip-insurance-aparaititi-oso-kai-i-asfalisi-cyber-insurance/> Ασφάλιση Πνευματικής Ιδιοκτησίας (IP Insurance) απαραίτητη όσο και η ασφάλιση Cyber Insurance, Γεωργόπουλος, Ν., 2018

²⁷ LIIP (2003), «ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ - Οδηγός Καλής Πρακτικής». Εκδότης: Linking Innovation and Industrial Property (LIIP)

θεσμικό πλαίσιο που αφορά στη ΔΙ και στο πλαίσιο της προώθησης της καινοτομίας και της ενίσχυσης της εκμετάλλευσης της παραγόμενης γνώσης και της άμεσης σύνδεσης της με την οικονομική παραγωγή, θεσμοθετούνται ανοικτές άδειες εκμετάλλευσης διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας και παρέχεται η δυνατότητα σύστασης κοινοπραξιών εκμετάλλευσης τεχνολογίας (technology pools).

Στο ίδιο πλαίσιο, η ελληνική νομοθεσία εναρμονίστηκε με τις διατάξεις και τις αρχές της Οδηγίας της Ε.Ε., σχετικά με την προστασία της τεχνογνωσίας και του εμπορικού απορρήτου από την παράνομη απόκτηση, χρήση, εφαρμογή και αποκάλυψη.

Στη σημερινή εποχή, οι εταιρείες με τη μεγαλύτερη κεφαλαιοποίηση παγκοσμίως, αυτές που αξίζουν περισσότερο από άλλες - με χρηματιστηριακούς όρους - δεν έχουν απαραίτητα τα περισσότερα ακίνητα ή μετρητά, αλλά έχουν πολύτιμα άυλα περιουσιακά στοιχεία. Το έτος 2000, οι 10 μεγαλύτερες εταιρείες σε κεφαλαιοποίηση στον S&P 500 ήταν η General Electric, η ExxonMobil, η Pfizer, η Citigroup, η Cisco Systems, η Wal-Mart Stores, η Microsoft, η AIG, η Merck και η Intel. Σήμερα είναι οι εξής: η Apple, η Microsoft, η Amazon.com, η Facebook Class A, η JP Morgan Chase, η Berkshire Hathaway Class B, η Alphabet Class C, η Alphabet Class A, η ExxonMobil και η Johnson & Johnson.

Σε λιγότερο από δύο δεκαετίες, οι εταιρείες τεχνολογίας επικράτησαν στην κατάταξη, εφόσον τα άυλα περιουσιακά στοιχεία τους, όπως το IP, αντικατέστησαν τα υλικά ως κύρια πηγή εταιρικής αξίας. Όπως επικαλείται η Aon σε σχετικό άρθρο του The One Brief, σήμερα σχεδόν 19 τρισ. δολ. ή πάνω από το 84% της κεφαλαιοποίησης της αγοράς του S&P 500, αντιπροσωπεύεται από άυλα περιουσιακά στοιχεία. Ωστόσο, οι περισσότερες επιχειρήσεις ακόμη και στις μέρες μας αντιμετωπίζουν δυσκολία να ποσοτικοποιήσουν την αξία της ΔΙ τους. Οι επιπτώσεις της μη πλήρους κατανόησης της αξίας της ΔΙ είναι σημαντικές, ειδικά σε ζητήματα συγχωνεύσεων και εξαγορών, ενώ σημαντικοί κίνδυνοι προκύπτουν και κατά την αποτύπωση της ΔΙ σωστά στους ισολογισμούς τους.

Οι εμπειρογνώμονες θεωρούν την κλοπή της ΔΙ σοβαρή απειλή για τις επιχειρήσεις σε διεθνές επίπεδο, είτε πρόκειται για βιομηχανική κατασκοπεία, είτε για χάκερ, είτε για απειλή εκ των έσω, από τους ίδιους τους εργαζόμενους. Η κλοπή δεδομένων παρουσιάζει ιδιαίτερα αυξητική τάση και σύμφωνα με την έκθεση «Global Cyber Risk Transfer Comparison 2017» της Aon σε στενή συνεργασία με το Ινστιτούτο Ponemon, υφίσταται ένα σοβαρό και μεγάλο χάσμα μεταξύ των προσπαθειών των εταιριών να διασφαλίσουν τα φυσικά περιουσιακά στοιχεία τους και αυτά στον κυβερνοχώρο. Οι εταιρίες που εξετάστηκαν, δαπάνησαν τετραπλάσια ποσά για την ασφάλιση υλικών περιουσιακών στοιχείων τους σε σύγκριση με τα άυλα. Αυτή η διαφορά είναι αρκετά σημαντική δεδομένου, ότι η μέση δυνητική απώλεια από παραβίαση ΔΙ υπερβαίνει κατά πολύ εκείνη των ζημιών από επενδύσεις σε ακίνητα, εγκαταστάσεις και εξοπλισμό (979 εκατ. δολ. έναντι 770 εκατ. δολ. αντίστοιχα), σύμφωνα με την έκθεση. Παράδοξο παραμένει το γεγονός ότι οι εταιρείες που

διερευνήθηκαν, δήλωσαν ότι θεωρούν πιθανότερο να υποστούν απώλειες σε στοιχεία τεχνογνωσίας παρά σε φυσικά στοιχεία.

Εκτός αυτού, οι εταιρείες που απέτυχαν να αξιολογήσουν σωστά την ΔΙ τους δυσκολεύονται και να το προστατεύσουν πλήρως. Αξίζει να σημειωθεί ότι η τάση που θέλει τη ΔΙ να αποτελεί πηγή επιχειρηματικής αξίας, ξεκίνησε στα μέσα της δεκαετίας του 1970 και επιταχύνθηκε μετά την οικονομική κρίση του 2007-2008, με την ενίσχυση της κινητικότητας, του cloud computing, των social media και άλλων παρόμοιων τεχνολογιών. Σύμφωνα με τον Lewis Lee, CEO της Aon's Intellectual Solutions Group, οι αγορές άρχισαν να θεωρούν το IP ως “κατηγορία περιουσιακών στοιχείων” το 2006, όταν η BlackBerry έφθασε σε διακανονισμό 612,5 εκατ. δολ. με την εταιρεία εκμετάλλευσης διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας NTP, για την τεχνολογία που χρησιμοποιούσε η πρώτη στις συσκευές της για την προώθηση email. Το IP είναι χωρίς αμφιβολία αρκετά δύσκολο να ποσοτικοποιηθεί, αν και είναι φανερό ότι γίνεται όλο και πιο χρήσιμο. Την ολοένα και αυξανόμενη ανάγκη προστασίας του, αναδεικνύει και το ζήτημα των κερδοσκόπων, με την ανάπτυξη των εταιρειών patent trolls. Σύμφωνα με τους αναλυτές της Aon, τα τελευταία 10 έτη, οι αγωγές διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας έχουν αυξηθεί περίπου κατά 500%. Ωστόσο, ελάχιστες είναι οι εταιρίες που εκτιμούν την αξία του ΔΙ και που έχουν εξασφαλίσει μια στρατηγική που να μεγιστοποιεί αυτή την αξία. Τα ανώτατα στελέχη τις περισσότερες φορές δεν έχουν άποψη για το εταιρικό χαρτοφυλάκιο ΔΙ, πόσο μάλλον για αυτό των ανταγωνιστών τους. Οι συνέπειες όμως της μη ακριβούς αποτίμησης της ΔΙ, θα μπορούσαν να είναι εξαιρετικά αρνητικές για την επιχείρηση, αφού μια λάθος εκτίμηση μπορεί να οδηγήσει σε άστοχα σενάρια και σε λάθος επιχειρηματικές στρατηγικές. Η αδυναμία αξιολόγησης της ΔΙ αποκτά έντονο ενδιαφέρον στις περιπτώσεις εξαγοράς ή άλλης επιχειρηματικής συμφωνίας. Στον κλάδο της τεχνολογίας, όπου η κινητικότητα είναι διαρκής, οι μεγάλες εταιρείες μπροστά στους δεκάδες πιθανούς στόχους εξαγορών, για να κάνουν την ιδανικότερη επιλογή πρέπει να διαθέτουν την ικανότητα αξιολόγησης της ΔΙ για κάθε έναν από τους στόχους ξεχωριστά, κάτι που θα αυξήσει και την αξία της συμφωνίας.

Σε κάθε περίπτωση, η εκάστοτε επιχείρηση θα πρέπει να αξιολογεί την υπάρχουσα διανοητική της ιδιοκτησία (IP), για να είναι σε θέση να αποφασίσει αν είναι «ευθυγραμμισμένη» και σύμφωνη με τους εταιρικούς στόχους. Αυτή η διαδικασία αξιολόγησης, βοηθά την εταιρεία να αναζητήσει και να βρει νέους τρόπους αξιοποίησης της πνευματικής ιδιοκτησίας, μέσω των ευκαιριών χορήγησης αδειών. Οι επιτυχημένες εταιρείες πρέπει να βρουν νέες οδούς για να επεκτείνουν την προσφορά των προϊόντων/υπηρεσιών τους, να μεγιστοποιήσουν τα έσοδά τους από πωλήσεις και να εισέλθουν σε νέες αγορές. Το χαρτοφυλάκιο των ευρεσιτεχνιών ενός οργανισμού είναι καθοριστικής σημασίας για τη μελλοντική της επιτυχία. Έτσι, η εταιρεία θα πρέπει να εξασφαλίσει τη μέγιστη αξιοποίηση του υπάρχοντος χαρτοφυλακίου της, η οποία μπορεί να επέλθει μέσω αποτελεσματικού μάνατζμεντ του χαρτοφυλακίου. Επίσης, η επιχείρηση θα πρέπει να χρησιμοποιεί το χαρτοφυλάκιο ευρεσιτεχνιών σε συνδυασμό με τις ικανότητές-δεξιότητες της και

λαμβάνοντας υπόψη τις διαθέσιμες ευκαιρίες της αγοράς. Ζωτικής σημασίας είναι να εντοπιστούν οι «λευκοί χώροι» (white spaces) όπου ο οργανισμός μπορεί να χορηγήσει άδειες χρήσης του χαρτοφυλακίου ευρεσιτεχνιών του ή να εκχωρήσει οικονομικά κέρδη. Μια αποτελεσματική και αποδοτική στρατηγική για τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας μπορεί να βοηθήσει την κάθε επιχείρηση να διαχειριστεί ορθά το χαρτοφυλάκιο ευρεσιτεχνιών της και να αναπτυχθεί βάσει αυτού.

Κατά τη διαχείριση χαρτοφυλακίου ευρεσιτεχνιών, η επιχείρηση θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη της και να μπορεί να απαντήσει και να ανταποκριθεί στα εξής ερωτήματα²⁸: (www.economictimes.indiatimes.com,2015)

- Ποιες είναι οι ευρεσιτεχνίες στο υφιστάμενο χαρτοφυλάκιο ευρεσιτεχνιών της εταιρείας;
- Έχει εντοπίσει η εταιρεία τα «κενά» της (ανάλυση χώρου-gap analysis);
- Ποια επενδυτική στρατηγική πρέπει να υιοθετήσει η επιχείρηση;
- Τι μέτρα πρέπει να λάβει η επιχείρηση για την αποτελεσματική, αποδοτική διαχείριση και ανάπτυξη του χαρτοφυλακίου ευρεσιτεχνιών;

Η απάντηση στα παραπάνω ερωτήματα και η λεπτομερής κατανόηση των βασικών συστατικών στοιχείων, μπορεί να βοηθήσει την εταιρεία να αναπτυχθεί και να διαχειριστεί το χαρτοφυλάκιο ευρεσιτεχνιών με τον ιδανικότερο και καταλληλότερο τρόπο. Ιδιαίτερα σημαντικό είναι για την επιχείρηση να διεξάγει έλεγχο των άυλων περιουσιακών στοιχείων πνευματικής ιδιοκτησίας της εταιρίας. Μια αποτελεσματική έρευνα αγοράς για παράδειγμα, περιλαμβάνει την κατανόηση της δύναμης του χαρτοφυλακίου ευρεσιτεχνιών υπό το πρίσμα του ανταγωνισμού και της τεχνολογίας. Επίσης ιδιαίτερα χρήσιμο για το εταιρικό μάνατζμεντ είναι να ταξινομηθούν και να αξιολογηθούν τα υφιστάμενα διπλώματα ευρεσιτεχνίας και να εντοπιστούν οι πιθανοί «παίκτες», που μπορεί να είναι ικανοί και κατάλληλοι για παραχώρηση άδειας ή για αγορά αδειοδότησης. Καίριας σημασίας για την εταιρεία μετά την κατανόηση του χαρτοφυλακίου ευρεσιτεχνιών είναι να εντοπίσει τους “λευκούς χώρους” (white spaces), όπως προαναφέρθηκε, που θα οδηγήσουν σε μεγαλύτερη ανάπτυξη και περισσότερα έσοδα. Ορισμένα ερωτήματα που μπορούν να βοηθήσουν την οργάνωση να διεξαγάγει «ανάλυση κενού» (gap analysis) είναι:

- Από πού μπορεί μια οργάνωση να αυξήσει τις δαπάνες "Έρευνας και Ανάπτυξης" για τη δημιουργία ενός αποτελεσματικού πορτοφολίου ευρεσιτεχνιών;
- Ποιες είναι οι πιθανές περιοχές στις οποίες ο οργανισμός μπορεί να χορηγήσει άδεια στα ΔΕ για να αποκτήσει και να διατηρήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα;
- Η τεχνολογία αποτελεί απειλή από τον ανταγωνισμό;
- Υπάρχει μεγάλη πιθανότητα συγχώνευσης ή εξαγοράς;

²⁸ <https://economictimes.indiatimes.com/small-biz/legal/relevance-of-intellectual-property-for-business/articleshow/49563911.cms?from=mdr> “Relevance of intellectual property for business”, Amit Aggarwal,2015

Ένα χαρτοφυλάκιο ΔΙ μπορεί να λειτουργήσει ως «ασπίδα», αλλά και ως «σπαθί» για μια εταιρεία. Ένα ισχυρό χαρτοφυλάκιο ΔΙ, συμβάλλει στην προστασία των καινοτομιών της εταιρείας και οδηγεί σε μελλοντικά έσοδα και στη συνεχόμενη βελτίωση της θέσης της στην αγορά.

Η διασφάλιση της ΔΙ είναι καθοριστική για κάθε επιχείρηση και δεν μπορεί να αγνοηθεί σε καμία περίπτωση. Η ΔΙ βοηθά στην ανάπτυξη και τη διατήρηση των μακροπρόθεσμων ροών εσόδων της εταιρείας και στην ενίσχυση της αξίας των μετόχων της.

Για να συνεχίσει μια εταιρία να είναι ανταγωνιστική, θα πρέπει να συνεχίσει να εξελίσσει το χαρτοφυλάκιο προϊόντων της και να διατηρεί σταθερή την ποιότητα των παρεχόμενων προϊόντων /και υπηρεσιών της. Ένα αποτελεσματικό μάνατζμεντ χαρτοφυλακίου ΔΙ, είναι το «κλειδί» για την εδραίωση στον κλάδο και την επιτυχή πορεία της εκάστοτε εταιρείας. Εκτός από την κατοχυρωμένη ΔΙ, υπάρχουν και κάποια άλλα άυλα στοιχεία τα οποία είναι εξίσου σπουδαία και αξιόλογα για την επιχείρηση. Αυτά είναι: η τεχνογνωσία, οι εμπιστευτικές πληροφορίες που αφορούν στις επιχειρηματικές πληροφορίες που δεν επιθυμεί η εταιρεία να δημοσιεύσει, σε πελάτες της, είτε στον ανταγωνισμό ή σε εξωτερικούς παράγοντες, και στα εμπορικά μυστικά που αφορούν μυστικές ή ιδιοκτησιακές πληροφορίες μεγάλης εμπορικής αξίας.

Συμπερασματικά, το Διανοητικό Κεφάλαιο μιας επιχείρησης συνιστά την άυλη περιουσία της, που μπορεί να την οδηγήσει σε βελτιωμένη απόδοση και οικονομική ανάπτυξη. Το Διανοητικό Κεφάλαιο διακρίνεται σε τρεις κατηγορίες:

1. **Ανθρώπινο Κεφάλαιο:** περιλαμβάνει τις γνώσεις τις οποίες ο εργαζόμενος παίρνει μαζί του όταν αποχωρεί τελείως από την επιχείρηση. Π.χ. know-how, ικανότητες, δεξιότητες, εκπαίδευση, εμπειρία και επιμόρφωση.
2. **Διαρθρωτικό Κεφάλαιο:** αναφέρεται σε όλα τα στοιχεία τα οποία έχει η εταιρεία στο τέλος μιας εργάσιμης ημέρας. Π.χ. εμπορικά μυστικά, άδειες και εκμισθώσεις, λογισμικό, εφευρέσεις, βάσεις δεδομένων που έχουν αναπτυχθεί εντός της εταιρείας, εγχειρίδια, διαδικασίες, διεργασίες, έγγραφα σχετικά με την δραστηριότητα της E & A, εξωτερικές εκδόσεις, λογότυπο επιχείρησης, σχέδια, μελέτες, φωτογραφίες, αρχεία, ετικέτες, συσκευασίες, Domain name, ιστοσελίδες, εφαρμογές διαδικτύου, κατάλογοι προϊόντων, διαφημιστικά φυλλάδια κ.ά.
3. **Κεφάλαιο Αγοράς:** αφορά τις εξωτερικές σχέσεις της επιχείρησης. Π.χ. πιστοποιήσεις προϊόντων, πελατολόγιο, επωνυμία και υπεραξία, συνεργασίες, συνεταιρισμοί και δίκτυα.

Προτού προβεί σε οποιαδήποτε στρατηγική κίνηση και πολιτική περί πνευματικής ιδιοκτησίας, η εκάστοτε επιχείρηση θα πρέπει να καταγράψει την άυλη περιουσία της και να την προσδιορίσει. Απειλές εκτός των patent trolls είναι και οι ίδιοι οι εργαζόμενοι, οι συνεργάτες της, καθώς και οι πελάτες της.

2.5 Μέτρα Προστασίας

Για την Ελλάδα νομική ασπίδα ενάντια στις απειλές είναι η κατοχύρωση των λογότυπων, των απεικονίσεων (κατοχύρωση στο Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων), αλλά και η ηλεκτρονική πλέον κατοχύρωση εμπορικών σημάτων στο <http://www.mindev.gov.gr/emporika-simata>. Επίσης και η κατοχύρωση πατέντων και ευρεσιτεχνιών στον OBI, αλλά και η προστασία του Know-how, των πελατών, του λογισμικού, των μελετών, των φωτογραφιών και των αρχείων.

Μέσο προστασίας δεν μπορεί να θεωρηθεί όμως το εμπορικό μυστικό. Η κάθε εταιρεία αναλαμβάνει με δική της πρωτοβουλία να κρατήσει μια ιδέα μυστική και κρυφή. Παράδειγμα εμπορικού μυστικού που δεν έχει κατοχυρωθεί και επομένως αποτελεί εμπορικό μυστικό και όχι πατέντα είναι η μυστική συνταγή της Coca-Cola. Σε περίπτωση διαρροής της συνταγής, αυτή δεν προστατεύεται και φυσικά μπορεί να αποβεί μοιραία για την επιχείρηση της Coca Cola αφού η γεύση του συγκεκριμένου αναψυκτικού είναι μοναδική και λόγω της διαφύλαξης του εμπορικού μυστικού δεν έχει αντιγραφεί έως σήμερα και για αυτό και η εταιρεία διαφέρει από τον ανταγωνισμό.

Σε περιπτώσεις που δεν προβλέπεται κατοχύρωση υπάρχει μία λύση και είναι αυτή της συμβολαιογραφικής κατάθεσης. Για να δεσμεύσει τους συνεργάτες της και τους εργαζομένους της, η κάθε επιχείρηση θα πρέπει να υπογράψει ρήτρα εχεμύθειας, είτε στη σύμβαση συνεργασίας, είτε σε ξεχωριστό έγγραφο. Μια ακόμη λύση είναι το ιδιωτικό συμφωνητικό, για την τήρηση της μυστικότητας, με όρους ποινικής ρήτρας, σε περίπτωση αποκάλυψης μυστικών κατά τη διάρκεια της συνεργασίας ή και μετά τη λήξη της, η οποία θα πρέπει να συνταχθεί από εξειδικευμένο νομικό σύμβουλο. Για την προστασία της διανοητικής ιδιοκτησίας από τους εργαζομένους της επιχείρησης, προτείνεται η παρακολούθηση της κίνησης ηλεκτρονικού υπολογιστή με εγκατάσταση ειδικού λογισμικού παρακολούθησης ή με παρέμβαση στα προσωπικά δεδομένα των εργαζομένων. Αυτή επιτρέπεται, εφόσον οι εργαζόμενοι ενημερώνονται πλήρως για την τύχη των προσωπικών δεδομένων τους και φυσικά ύστερα από έγκριση από την Αρχή Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων. Η προστασία του χώρου της επιχείρησης μπορεί να πραγματοποιηθεί με τη λειτουργία συστήματος καταγραφής ήχου και εικόνας, το οποίο θα πρέπει υποχρεωτικά να γίνει γνωστό στην Αρχή Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων βάσει της οδηγίας 1/2011.²⁹ Το ίδιο και με την ύπαρξη ενημερωτικών ταμπελών για τον ακριβή σκοπό λειτουργίας των καμερών. Ο αριθμός των καμερών θα πρέπει να είναι συγκεκριμένος και καθορισμένος επακριβώς και ο επιδιωκόμενος σκοπός τους να μην μπορεί να υλοποιηθεί με άλλα ηπιότερα μέσα. Συνεπώς, είναι νόμιμο να υπάρχουν στο χώρο της επιχείρησης μόνο όσες κάμερες είναι απολύτως απαραίτητες για την προστασία της περιουσίας της επιχείρησης, με την προϋπόθεση όμως της διατήρηση του “ζωτικού χώρου” εργαζομένων και της μη παραβίασης των δημοσίων χώρων.

²⁹ Οδηγία 1/2011 «Χρήση συστημάτων βιντεοεπιτήρησης για την προστασία προσώπων και αγαθών», ΑΠΔΠΧ

2.6 Διανοητική Ιδιοκτησία και Μικρό-μεσαίες Επιχειρήσεις. (ΜμΕ)

Στο σημερινό ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον, όπου ο παράγοντας «γνώση» έχει αναδειχθεί σε πολύτιμο παραγωγικό συντελεστή και οι νέες πρακτικές επιχειρηματικής συνεργασίας και ανακάλυψης, προωθούν όλο και περισσότερο την αναβάθμιση της «ανοιχτής καινοτομίας», η προστασία του διανοητικού κεφαλαίου, αλλά και η δυνατότητα ανταλλαγής, εισαγωγής και συμπαραγωγής γνώσης, αναδεικνύονται σε βασικές και κυρίαρχες παραμέτρους επιχειρηματικών στρατηγικών για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Ως «ανοιχτή καινοτομία»³⁰ (Μαστραντωνάκη,2014) ορίζουμε την συστηματική εισροή και εκροή πληροφοριών, οι οποίες είναι εστιασμένες στη γνώση με σκοπό την επιτάχυνση της διαδικασίας της καινοτομίας και το άνοιγμα των αγορών για την εύκολη ανταλλαγή πληροφοριών. Το μοντέλο ανοικτής καινοτομίας συνδυάζει εξωτερικές και εσωτερικές ιδέες κατά την ανάπτυξη ενός προϊόντος ενώ μέσω καναλιών φροντίζει για την μετάδοση γνώσεων κάθε ενδιαφερόμενου.

Για τις ΜμΕ λοιπόν, η αποδοτική χρήση των συστημάτων ΔΙ, μπορεί να αποτελέσει έναν κύριο μηχανισμό ενίσχυσης των ροών εσόδων, προστασίας του παραγόμενου διανοητικού κεφαλαίου, εξωστρέφειας και αύξησης της ανταγωνιστικότητας³¹. (Σαϊτάκη,2013)

Ιδιαίτερα συχνό είναι το φαινόμενο οι ΜμΕ να μην γνωρίζουν πώς να αξιοποιήσουν καλύτερα τα δικαιώματα τους από ΔΕ για να προστατεύσουν και να εκμεταλλευθούν τα ερευνητικά αποτελέσματα των έργων τους. Για αυτό το λόγο είναι πρωτεύουσας σημασίας να δοθεί έμφαση στην προστασία και στην εν γένει διαχείριση των δικαιωμάτων που απορρέουν από το διανοητικό κεφάλαιο της εκάστοτε ΜμΕ.³²(ΕΥΣΕΔ-ΕΤΑΚ,2013)

Το διανοητικό κεφάλαιο μιας εταιρείας, όπως προαναφέρθηκε, είναι ένα από τα πιο πολύτιμα και σπουδαία assets της. Εάν αυτό δεν αξιοποιηθεί ορθά, ελλοχεύει ο κίνδυνος των σημαντικών απωλειών κερδών, της μη ανάπτυξης και φυσικά της μη επίτευξης των αρχικών στόχων του επιχειρηματικού της σχεδίου. Για μια ΜμΕ, αυτό θα μπορούσε να οδηγήσει ακόμη και στο οριστικό της κλείσιμο.

Για τη σωστή καταγραφή της άυλης περιουσίας της, η ΜμΕ θα πρέπει να προχωρήσει σε απογραφή του διανοητικού της κεφαλαίου με τον τρόπο που αναφέρθηκε στο υποκεφάλαιο της παρούσας εργασίας: «2.4 Άυλα περιουσιακά στοιχεία επιχείρησης».

³⁰ <https://dias.library.tuc.gr/dias.library.tuc.gr › view › manf > Καινοτομία «Το σύγχρονο Management & ο ρόλος της καινοτομίας» Μαστραντωνάκη 2014>

³¹ Σαϊτάκη, Ν. (2013). Οδηγός Διανοητικής Ιδιοκτησίας για μικρές επιχειρήσεις, Εκδότης: ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ

³² ΕΥΣΕΔ-ΕΤΑΚ (2013) «Οδηγός για την προστασία των δικαιωμάτων Διανοητικής Ιδιοκτησίας και τη διαχείριση ζητημάτων Διανοητικής (πνευματικής και βιομηχανικής) Ιδιοκτησίας κατά την υλοποίηση Ε&Τ έργων».

Η εκάστοτε ΜμΕ θα πρέπει να εφαρμόσει μια επιχειρηματική στρατηγική ΔΙ, ανάλογα με το είδος της και του στόχους που έχει θέσει κατά την κατάρτιση του επιχειρηματικού της σχεδιασμού. Πριν προβεί σε οποιαδήποτε κατοχύρωση, θα πρέπει να εξετάσει εάν το δικαίωμα, ευρεσιτεχνία, σχήμα, σχέδιο κ.ο.κ. έχει ήδη κατοχυρωθεί από τρίτο μέρος. Εφόσον βεβαιωθεί για την πρωτοτυπία, θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτική με τη διαφύλαξη του περιεχομένου προς κατοχύρωση και πιθανές διαρροές. Μόλις κατοχυρωθεί το δικαίωμα της ΔΙ σε εθνικό επίπεδο, η ΜμΕ θα κληθεί να αποφασίσει εάν θα προβεί ή όχι σε περαιτέρω κατοχύρωση σε τρίτες χώρες. Τα κριτήρια επιλογής χωρικής προστασίας εξαρτώνται αρκετά και αυτά από το επιχειρηματικό σχέδιο της κάθε επιχείρησης. Συνήθως, επιλέγονται οι χώρες που αποτελούν την αγορά του προϊόντος της εφεύρεσης, χώρες φθηνής παραγωγής, είτε αναπτυσσόμενες χώρες, στις οποίες παρατηρείται και αυξημένη δυνατότητα αποκομιδής κερδών λόγω και της διάρκειας της πατέντας. Η επιλογή των χωρών κατοχύρωσης είναι μια χρονοβόρα και με μεγάλο κόστος διαδικασία. Για αυτόν τον λόγο θα ήταν προτιμότερο να ανατεθεί σε ένα άρτια εξειδικευμένο πρόσωπο. Οι επιλογές της επιχείρησης είναι: είτε να υποβάλλει σε κάθε χώρα του ενδιαφέροντος της ξεχωριστές αιτήσεις, είτε να κατοχυρώσει μέσω του ΕΟΔΕ (EPO) που αναγνωρίζει τα διπλώματα στις χώρες της Ε.Ε που έχουν συμβληθεί σε αυτόν, είτε να προχωρήσει σε παγκόσμια κατοχύρωση μέσω της Συνθήκης Συνεργασίας για τα Διεθνή Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας (PCT) στον Διεθνή Οργανισμό WIPO και να επιλέξει ανάμεσα στα 128 κράτη που την έχουν υπογράψει σε ποια θα κατοχυρώσει.

Σε σχέση με τη στρατηγική κατοχύρωσης σε διεθνές επίπεδο έχουν διαμορφωθεί μέχρι και σήμερα, ποικίλες στρατηγικές κατοχύρωσης Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας. Οι σημαντικότερες από αυτές είναι οι ακόλουθες³³: (Αμπατζής, 2013)

Η στρατηγική του «κάστρου και της τάφρου»: Ο πυρήνας της εφεύρεσης, η νέα τεχνική επινόηση δηλαδή, προστατεύεται με ΔΕ σε εθνική, ευρωπαϊκή και παγκόσμια βάση. Η κατάθεση αιτήσεων για την εκχώρηση των ΔΕ πραγματοποιείται σχεδόν ταυτόχρονα σε κάθε επίπεδο. Με τον τρόπο αυτόν, δημιουργείται ένα «κάστρο» στο κέντρο της επιχείρησης, το οποίο είναι η εφεύρεση, γύρω από την οποία διασφαλίζεται η προστασία της, με την «τάφρο», που αποτελείται από τα επιμέρους ΔΕ. Ιδανική εφαρμογή έχει: σε νεοφυείς επιχειρήσεις και σε εταιρείες που ήδη έχουν κάποια χρόνια λειτουργίας στην αγορά και προωθούν ένα νέο προϊόν, που μπορεί να προστατευτεί με τον παραπάνω τρόπο π.χ η Gemstar-TV (NASDAQ) η οποία κατοχύρωσε 200 ΔΕ σε μία μόνο τεχνολογία καθώς θεωρούσε ότι θα αποτελέσει τον πυρήνα της σύγκλισης Interactive TV, Internet και προσωπικού Η/Υ. Η συγκεκριμένη θεωρία προϋποθέτει πολύ καλή χρηματοδότηση επειδή ενέχει μεγάλο κόστος. Ευνοεί

³³ Αμπατζής, Κ. Δ/της Καταθέσεων και Χορηγήσεων Τίτλων ΟΒΙ, «Η στρατηγική της κατοχύρωσης των εφευρέσεων», παρουσίαση στο http://obi.gr/obi/Portals/O/ImagesandFiles/Presentatons/2013_EBEA_PRESENTATION_ABATZIS.pdf

όμως αρκετά τη διαιώνιση της προστασίας, γιατί τα ΔΕ της «τάφρου» μπορούν μαζικά να εμποδίσουν τη χρήση του πυρήνα της εφεύρεσης, μόλις λήξει η εικοσαετής προστασία του.

Η στρατηγική του «δέντρου και του καμένου δάσους»: Ο πυρήνας της εφεύρεσης είναι το μεγαλύτερο δέντρο και συνεπώς αυτό που πρέπει να προστατευτεί έναντι των υπολοίπων «δέντρων» του ίδιου «δάσους». Το υπόλοιπο «δάσος» συνίσταται από κάθε άλλη ορατή παράγωγη ιδέα, τεχνολογία, εναλλακτική υλοποίηση και εφαρμογή. Το υπόλοιπο «δάσος» είναι γνωστό στο κοινό μέσω της δημοσίευσης του. Αυτή η στρατηγική είναι ιδανική για να την εφαρμόσει μια επιχείρηση που έχει περιορισμένα κεφάλαια που προορίζονται για κατοχύρωση της ΔΙ. Αυτή την στρατηγική την ακολουθούν εταιρείες όπως η IBM, η HP και η Xerox οι οποίες διαθέτουν & χρησιμοποιούν τις δικές τους επίσημες διαδικτυακές βάσεις δεδομένων για τις δημοσιεύσεις..

Η στρατηγική του «Κυνηγетικού Όπλου»: Η ίδια επιχείρηση κατοχυρώνει πληθώρα πατεντών, που αναφέρονται σε διαφορετικά προϊόντα. Μια από όλες τις πατέντες θα αποκτήσει όμως σημαντική εμπορική επιτυχία. Η συγκεκριμένη θεωρία αναφέρεται σε μεγάλες επιχειρήσεις, με οργανωμένα τμήματα Έρευνας και Ανάπτυξης (R&D) και περιέχει μεγάλο ρίσκο απώλειας κεφαλαίων. Είναι η λιγότερο κατάλληλη για εφαρμογή από ΜμΕ, που δεν διαθέτουν τμήματα Έρευνας και Ανάπτυξης και τόσο μεγάλα κεφάλαια, ώστε να λάβουν τέτοιο μεγάλο επιχειρηματικό ρίσκο. Εταιρεία που ακολούθησε την στρατηγική της θεωρίας του «Κυνηγетικού Όπλου» είναι η *Mobi Chemicals* και τα δεκάδες ΔΕ που κατοχυρώθηκαν επί προϊόντων πολυαιθυλενίου στις δεκαετίες 70' και 80' κι η τελική επιτυχία των πλαστικών τσαντών με «εγκοπές ανακούφισης τάσεων» που έγιναν κατόπιν πρότυπο στη βιομηχανία

Η «προοδευτική κατοχύρωση»: Αρχική προστασία του πυρήνα της εφεύρεσης. Προστασία κάθε νέας παραλλαγής, βελτίωσης, αλλαγής ή προσθήκης της εφεύρεσης. Καμία αλλαγή δεν πρέπει να παραμένει χωρίς αντίστοιχη προστασία, σε όποιο επίπεδο και αν έχει κατοχυρωθεί η αρχική πατέντα. Η ανωτέρω πολιτική αποτελεί την πλέον διαδεδομένη στρατηγική ανάμεσα στις ΜμΕ, καθώς συμπορεύεται με το επιχειρηματικό τους σχέδιο από άποψη ανάπτυξης και εξέλιξης ενός προϊόντος και επιδέχεται απλούστερο προγραμματισμό από άποψη κόστους. Προϋποθέτει φυσικά την καλή γνώση του συστήματος προστασίας από νομική και στρατηγική άποψη.

Πολύ σημαντικό είναι να κατανοήσει μια ΜμΕ, το γεγονός ότι υπάρχουν περισσότεροι από έναν τύποι ΔΙ, που μπορεί να έχουν εφαρμογή για την ίδια δημιουργία. Για παράδειγμα, για ένα προϊόν μπορούν να κατοχυρωθούν ταυτόχρονα η ονομασία και ο λογότυπος ως εμπορικό σήμα, το σχήμα ως βιομηχανικό σχέδιο και η τεχνική εφεύρεση ως ΔΕ. Στις περισσότερες περιπτώσεις, το ανθρώπινο δυναμικό μιας ΜμΕ δεν διαθέτει την κατάλληλη εκπαίδευση και γνώση σε ζητήματα πνευματικών δικαιωμάτων και για αυτό συστήνεται η συμβολή των ειδικών. Είτε αυτοί είναι νομικοί είτε τεχνικοί, η συνεισφορά τους μπορεί να είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία και την βιωσιμότητα της ΜμΕ. Συμβουλευτικές υπηρεσίες

μπορούν επίσης να προσφέρουν και οι διάφοροι οργανισμοί όπως ο OBI, ο ΟΠΙ, καθώς και η Διεύθυνση Εμπορικής και Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου.

Μερικά ελληνικά παραδείγματα κατοχύρωσης που οδήγησαν σε εταιρική επιτυχία είναι: η Arivita με το πατεντάρισμα της προσθήκης πρόπολης στα καλλυντικά της εταιρείας, η Taxibeat που κατοχύρωσε την εφαρμογή της με βάση τις διατάξεις της πνευματικής ιδιοκτησίας, στη συνέχεια χρηματοδοτήθηκε από το Openfund και κατόπιν αναπτύχθηκε σε Αθήνα, Παρίσι, Τουρκία κ.ά. Ακόμη και στις περιπτώσεις που η ΜμΕ δεν έχει αιτηθεί για κατοχύρωση των διανοητικών της δικαιωμάτων, υφίσταται ένας αριθμός αυτόματων δικαιωμάτων, όπως τα πνευματικά δικαιώματα, τα μη καταχωρημένα δικαιώματα βιομηχανικού σχεδίου, τα δικαιώματα στην εκτέλεση και τα δικαιώματα βάσεων δεδομένων, που πιθανότατα να ισχύουν για την εταιρία κατά περίπτωση. Για παράδειγμα, το υλικό προώθησης και το διαφημιστικό υλικό που έχει αναπτύξει μια ΜμΕ μπορεί να λάβει αυτομάτως προστασία πνευματικών δικαιωμάτων, όπως επίσης και η δημιουργία μιας βάσης δεδομένων. Η πνευματική ιδιοκτησία «προστατεύει» στην πραγματικότητα τη λειτουργία των ΜμΕ, καθώς τους παρέχει το κατάλληλο νομικό πλαίσιο για να μπορούν να κατοχυρώνουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους έναντι του ανταγωνισμού. Εάν οι μικρότεροι εφευρέτες γνώριζαν ότι δεν θα ήταν ποτέ σε θέση να παραμείνουν ανταγωνιστικοί έναντι των μεγαλύτερων επιχειρήσεων, δεν θα είχαν κανένα απολύτως κίνητρο να προβαίνουν σε καινοτομίες και να παρουσιάζουν νέα προϊόντα και ιδέες. Κανένας εφευρέτης δεν θα δαπανούσε προσωπική εργασία και χρόνο για να κλαπεί λίγο μετά η δημιουργία του από μια μεγάλη επιχείρηση και να βγάλει εκατομμύρια από το «νέο» προϊόν ή υπηρεσία³⁴.(www.youngstartups.com,2019)

Η διανοητική ιδιοκτησία ωστόσο πέρα από «εργαλείο» νομικής προστασίας της Έρευνας και Ανάπτυξης και των εμπορικών δικαιωμάτων, είναι μια ωφέλιμη πηγή για τις ΜμΕ. Τα πρόσφατα ΔΕ και τα βιομηχανικά σχέδια-υποδείγματα δείχνουν τις τάσεις της τρέχουσας τεχνολογικής καινοτομίας. Για αυτό το λόγο και οι βάσεις που περιέχουν ΔΕ, συνιστούν ένα χρήσιμο εργαλείο για την αποφυγή παράλληλων προσπαθειών για έρευνα και ανάπτυξη. Τέλος, οι ευρεσιτεχνίες και τα εμπορικά σήματα δίνουν μια ολοκληρωμένη εικόνα για τις στρατηγικές προώθησης προϊόντων και ανταγωνιστών. Με άλλα λόγια, οι πληροφορίες της διανοητικής ιδιοκτησίας αποτελούν από όλες τις απόψεις, ένα χρήσιμο εργαλείο για το σύνολο των δραστηριοτήτων μιας εταιρείας: έρευνα, ανάπτυξη, παραγωγή, εμπορευματοποίηση και συνολική διοίκηση.

³⁴ <http://www.youngupstarts.com/2019/01/10/the-importance-of-intellectual-property-protection-in-entrepreneurship/> “The Importance Of Intellectual Property Protection In Entrepreneurship”, 2019

2.7 Ανταγωνιστικά Πλεονεκτήματα Κατοχύρωσης

2.7.1 Οι Εταιρείες που Προστατεύουν τα Εμπορικά τους Σήματα νωρίς τείνουν να έχουν Υψηλότερη Ανάπτυξη

Σύμφωνα με μια καινούργια μελέτη που δημοσιεύθηκε από το Γραφείο Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας και Εμπορικών Σημάτων των ΗΠΑ (United States Patent and Trademark Office)³⁵ (Sponsor,2018), οι επιχειρήσεις που κατά το πρώτο έτος της έναρξης τους αιτούνται για κατοχύρωση του εμπορικού τους σήματος, τείνουν να ακολουθούν αρκετά διαφορετική τροχιά ανάπτυξης σε σύγκριση με τις εταιρείες που δεν το κάνουν εξαρχής. (Η μελέτη: Η ανατομία των αμερικανικών επιχειρήσεων που επιζητούν την καταχώρηση εμπορικών σημάτων). Τα αποτελέσματα της μελέτης αυτής, έδειξαν ότι οι εταιρείες που επιδιώκουν την καταχώρηση εμπορικού σήματος, παρουσιάζουν αρκετά μεγαλύτερη ανάπτυξη όσον αφορά στην απασχόληση και τα έσοδα, σε σύγκριση με εκείνες που δεν επιδιώκουν να προστατεύσουν το εμπορικό τους σήμα. Πέντε έτη μετά την κατοχύρωση των εμπορικών σημάτων, οι επιχειρήσεις αύξησαν τα έσοδα τους τρεις φορές περισσότερο από τις εταιρείες εκείνες που δεν προσπάθησαν να προστατεύσουν το εμπορικό τους σήμα. Σύμφωνα με τη μελέτη αυτή, από πλευράς εσόδων, τα στοιχεία «υποδηλώνουν» την ύπαρξη δυνητικά μεγάλων ωφελειών για τις εταιρείες που προβαίνουν στην κατοχύρωση. Ένα άλλο συμπέρασμα της συγκεκριμένης μελέτης ήταν ότι οι εταιρείες που επιδιώκουν την καταχώριση του εμπορικού σήματος τους, είναι επίσης αρκετά πιο καινοτόμες. Συγκεκριμένα, έχουν 15 έως 20 φορές μεγαλύτερη πιθανότητα να υποβάλουν αίτηση για δίπλωμα ευρεσιτεχνίας ή να πραγματοποιήσουν έρευνα και ανάπτυξη, σε σύγκριση με μια τυπική εταιρεία των ΗΠΑ που δεν επιδιώκει να κατοχυρώσει το σήμα της. Βέβαια, τα αποτελέσματα δεν διαφέρουν ούτε στην Ε.Ε. Πιο συγκεκριμένα, το Ευρωπαϊκό Γραφείο Πνευματικής Ιδιοκτησίας, δημοσίευσε το 2016 μια μεγάλη μελέτη σχετικά με την πνευματική ιδιοκτησία και τις ΜμΕ. Σύμφωνα με τα στοιχεία της μελέτης αυτής, η πλειοψηφία των ΜμΕ που είχαν προβεί σε προστασία της πνευματικής τους ιδιοκτησίας, θεώρησαν ότι ο αντίκτυπος ήταν "θετικός" ή "αρκετά θετικός". Τα προαναφερόμενα οφέλη περιέχουν "αυξημένη φήμη ή εικόνα αξιοπιστίας" και "αυξημένο κύκλο εργασιών". Τα εμπορικά σήματα διαπιστώθηκαν ότι αποτελούν τον σημαντικότερο τύπο ΔΙ για τις Ευρωπαϊκές ΜμΕ. Δεν μπορούμε όμως, να προβούμε στην γενίκευση ότι υπάρχει άμεση σύνδεση της κατοχύρωσης εμπορικού σήματος με την εμπορική επιτυχία της κάθε επιχείρησης, όμως είναι σίγουρο ότι πρόκειται για δύο έννοιες συμπληρωματικές.

Μια επιχείρηση μπορεί να είναι επιτυχημένη χωρίς να κατοχυρώσει το εμπορικό της σήμα, αλλά σίγουρα δεν μπορεί να συγκριθεί με μια επιτυχημένη εταιρεία, που αναγνωρίζεται από τον κάθε καταναλωτή απευθείας από το εμπορικό της σήμα. Είναι εξίσου σημαντικό ότι υπάρχουν πολλά επιχειρηματικά οφέλη από την καταχώρηση ενός εμπορικού σήματος. Τα εμπορικά σήματα είναι αρκετά σημαντικά και η

³⁵ <https://www.eu-startups.com/2018/07/companies-that-protect-trademarks-early-on-tend-to-experience-higher-growth/>-Sponsor ,2018 , "Companies that protect trademarks eqrly on tend to experience higher growth"

καταχώρησή τους είναι μια εμπορικά «έξυπνη κίνηση». Οι εταιρείες που κάνουν έξυπνες, καινοτόμες κινήσεις και υποβάλλουν αιτήσεις για εμπορικά σήματα, γενικά τείνουν να είναι πιο επιτυχημένες. Η γνωστή σε όλους μας εταιρεία Coca-Cola, όπως προαναφέρθηκε, αποφάσισε στις αρχές του 1892 ότι δεν ήταν πολύ μικρή εταιρεία και ότι δεν ήταν πολύ νωρίς για να προστατεύσει το εμπορικό της σήμα. Έτσι, προέβη στην κατοχύρωση του εμπορικού της σήματος στην αρχή της λειτουργίας της. Αυτό διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επιτυχία της, με αποτέλεσμα να κοστίζει το εμπορικό της σήμα εν έτη 2018 66 δισ. δολάρια και να αποτελεί ένα από τα δέκα πιο γνωστά εμπορικά σήματα σε παγκόσμιο επίπεδο μαζί με αυτά της Apple, Amazon, Microsoft, Samsung, Mercedes-Benz κ.ά.

2.8 Διανοητική Ιδιοκτησία (IPR) και Business Plans – Δυνητικοί Επενδυτές

Η πνευματική ιδιοκτησία (IP) είναι όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, ένα σημαντικό άυλο περιουσιακό στοιχείο για τις επιχειρήσεις, ακόμη και για τις νεοφυείς. Σε πολλές περιπτώσεις, η πνευματική ιδιοκτησία μπορεί να αποτελεί και ποσοστό μεγαλύτερο από το 80% της αξίας μιας επιχείρησης. Για τους επενδυτές, οι εταιρείες με σταθερό χαρτοφυλάκιο ΔΙ, το οποίο συμπεριλαμβάνεται στο επιχειρηματικό πλάνο τους, αποτελούν δημοφιλείς επενδυτικούς στόχους.

Η πνευματική ιδιοκτησία ελκύει πιθανούς επενδυτές, διότι³⁶: (www.eu-startups.com,2018)

1. Η αξία της διανοητικής ιδιοκτησίας δεν έχει όρια.

Σε αντίθεση με τις περισσότερες κατηγορίες περιουσιακών στοιχείων, η αξία της ΔΙ μπορεί να αυξάνεται χωρίς καθορισμένα όρια. Εάν μια εταιρεία διαθέτει ένα εργοστάσιο, η αξία του είναι σταθερή και ενδεχομένως να υποτιμηθεί στο μέλλον. Ένα εργοστάσιο απαιτεί επισκευές, συντήρηση και ανανέωση του μηχανημάτων κλπ. Η ΔΙ δεν χρειάζεται καμία συντήρηση και εν αντιθέτως προστατεύει την αξία που υπάρχει ήδη στην εταιρεία και παράλληλα συμβάλλει και στην αύξησή της. Η αξία των εμπορικών σημάτων καθορίζεται σε ιδιαίτερα μεγάλο βαθμό από την πορεία της εταιρείας και δεν έχει επίσης όρια τιμής. Για παράδειγμα, σύμφωνα με τη Forbes, η αξία της μάρκας της Apple είναι σήμερα σχεδόν 150 δισεκατομμύρια € και έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία 10 έτη. Δεν υπάρχει προκαθορισμένο όριο για το πόσο υψηλή τιμή μπορεί να πάρει ένα σήμα. Όσο η εταιρεία αναπτύσσεται οικονομικά, τόσο η αξία του εμπορικού σήματος θα συνεχίσει να αυξάνεται. Σύμφωνα με το πρότυπο ISO 10668:2010, τα καταχωρημένα εμπορικά σήματα όχι μόνο προστατεύουν την υφιστάμενη αξία του εμπορικού σήματος, αλλά και συμβάλλουν στην ενίσχυση του. Πολλές πτυχές της αξίας της επιχείρησης μπορούν επίσης να προστατευθούν μέσω της κατοχύρωσης των βιομηχανικών σχεδίων-

³⁶ <https://www.eu-startups.com/2018/01/5-reasons-why-investors-love-intellectual-property/> «5 reasons why investors love intellectual property», Sponsor,2018

υποδειγμάτων. Για παράδειγμα, για αρκετούς καταναλωτές, ο σχεδιασμός προϊόντων είναι μια από τις πιο σημαντικές πτυχές του εκάστοτε προϊόντος.

Η νομική κατοχύρωση βιομηχανικών σχεδίων όχι μόνο τα προστατεύει από τον ανταγωνισμό, αλλά αναβαθμίζει και την αξία της επιχείρησης. Τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας μπορούν επίσης να έχουν σημαντική αξία, που δεν εξαρτάται καθόλου από την απόδοση και την αντίληψη της εταιρείας ή του προϊόντος της στην αγορά. Μια καλή εφεύρεση που προστατεύεται από ισχυρές πατέντες, θα είναι ωφέλιμη σε επίπεδο επιχείρησης και συνεπώς ιδιαίτερα χρήσιμη για ένα συγκεκριμένο χρονικό όριο, το οποίο θα μπορεί να αξιολογήσει ο κάθε επενδυτής. Βέβαια, ο χρόνος ζωής μιας πατέντας μπορεί να αυξηθεί με την ανάπτυξη της ή με συμπληρωματικές καινοτομίες.

2. Η διανοητική μπορεί να αξιοποιηθεί με πολλούς και διαφορετικούς τρόπους.

Η ΔΙ μιας επιχείρησης, μπορεί να χρησιμοποιηθεί με αρκετούς τρόπους, κάτι που είναι γνωστό στους επενδυτές για αυτό και θέλουν να έχουν γνώση της ΔΙ πριν προβούν σε οποιαδήποτε επένδυση. Για παράδειγμα, το γνωστό βιντεοπαιχνίδι Angry Birds όπου πάνω από το 20% των εσόδων του διάσημου αυτού παιχνιδιού πηγάζουν από την αξιοποίηση των άδειων χρήσεως πνευματικής ιδιοκτησίας που εκμεταλλεύεται η εταιρεία. Η χορήγηση αδειών χρήσης δεν είναι αποκλειστικό προνόμιο για τις μεγάλες και φημισμένες εταιρείες, αλλά μπορεί να είναι ένα πολύ κερδοφόρο επιχειρησιακό μοντέλο ακόμη και για τις νεοϊδρυθείσες επιχειρήσεις, δεδομένου ότι υπάρχει πολύ μικρό κόστος. Εν συνεχεία, η απόκτηση ΔΕ δεν απαιτεί υποχρεωτικά ένα γνωστό εμπορικό σήμα για να επιτύχει. Αρκεί μόνο η τεχνολογία να είναι καλή, νέα και αρκετά καλά προστατευμένη. Ένας επιπλέον τρόπος αξιοποίησης του χαρτοφυλακίου ΔΙ μιας εταιρείας είναι και η χρήση του ως εγγύηση για την απόκτηση διαφόρων τύπων χρηματοδότησης. Τέλος, όταν επενδύονται χρήματα για τη δημιουργία και την προστασία της ΔΙ, υπάρχει μεγάλη πιθανότητα αυτές οι επενδύσεις να μπορούν να επιστραφούν με πολλούς και διαφορετικούς τρόπους. Η ΔΙ είναι επίσης πιθανό και μπορεί να πωληθεί σαν οποιαδήποτε άλλη εταιρική ιδιοκτησία.

3. Το χαρτοφυλάκιο ΔΙ μειώνει τους λειτουργικούς κινδύνους.

Η Apple έπρεπε να πληρώσει 60 εκατομμύρια δολάρια για το εμπορικό σήμα iPad στην Κίνα, γιατί μια άλλη επιχείρηση το είχε κατοχυρώσει πρώτη στη συγκεκριμένη χώρα. Η ΔΙ λειτουργεί με βάση το ποιος είναι "ο πρώτος υποβάλλων" (first to file). Αυτό σημαίνει ότι όποιος κατοχυρώσει μια ευρεσιτεχνία/ ένα έργο κ.ο.κ. πρώτος και το προστατεύσει για πρώτη φορά αυτός παίρνει και τα αντίστοιχα πνευματικά δικαιώματα. Με την προστασία του εμπορικού σήματος σε αρκετές χώρες, μπορεί να διασφαλιστεί ότι κανείς άλλος δεν θα λάβει πνευματικά δικαιώματα, για την αντίστοιχη πνευματική ιδιοκτησία της εταιρείας στις χώρες αυτές. Αλλάζοντας ένα εμπορικό σήμα ακόμη και σε μια μόνο χώρα αποτελεί μια δαπανηρή διαδικασία, πόσο μάλλον αν αναλογιστούμε την απώλεια των επενδύσεων που έχουν ήδη γίνει

για την προώθηση της μάρκας. Αυτός ο κίνδυνος καθιστά την εταιρεία όχι και τόσο ελκυστική ως επενδυτικό στόχο. Παρόλη την ύπαρξη εμπορικών σημάτων, ιδιαίτερα στην Κίνα, στις περισσότερες περιπτώσεις οι νομικές διαμάχες που δημιουργούνται για τα εμπορικά σήματα είναι απόρροια ατυχούς σύμπτωσης. Σε καθημερινή βάση κατοχυρώνονται σε όλο τον κόσμο περισσότερα από 20.000 εμπορικά σήματα, οπότε η πιθανότητα κάποιος να σκεφτεί ένα παρεμφερές όνομα είναι αρκετά μεγάλη. Γι' αυτό και είναι καθοριστικής σημασίας να προστατεύεται η ΔΙ της κάθε επιχείρησης, τουλάχιστον στις πιο σημαντικές χώρες εμπορικής δραστηριοποίησης. Η προστασία της μάρκας, της καινοτομίας και του σχεδιασμού του προϊόντος μέσω του δικαίου περί ΔΙ σε αρκετά μεγάλες αγορές, έχει ως αποτέλεσμα μια βάση για γρήγορη και εκτεταμένη κλιμάκωση των επιχειρήσεων – γεγονός που θα καταστήσει την επιχείρηση ιδιαίτερα ελκυστική προς τους επενδυτές.

4. Οι εταιρείες που προστατεύουν την διανοητικής τους ιδιοκτησία είναι πιο αξιόπιστοι εταίροι.

Μια εταιρεία που δεν προστατεύει τις επενδύσεις της είναι αρκετά δύσκολο να αντιμετωπιστεί σοβαρά από την ίδια την αγορά. Η μη προστασία της ΔΙ μπορεί να θέσει σε δύσκολη θέση τους εταίρους μιας επιχείρησης, αλλά και τους μεταπωλητές της. Για παράδειγμα, ένας μεταπωλητής δεν παρακινείται να αυξήσει τις πωλήσεις του, εάν πωλούνται παρόμοια προϊόντα με αυτά που μεταπωλεί τα οποία προβαίνουν σε παραβίαση διανοητικής ιδιοκτησίας και δεν μπορεί να γίνει κάτι για να αποφευχθεί αυτό. Με την προστασία της ΔΙ, οι εταιρείες προστατεύουν επίσης τα συμφέροντα των επιχειρηματικών εταίρων τους, και έτσι, προσελκύουν εταίρους υψηλότερης ποιότητας και αξίας. Μια πρόσφατη μελέτη σε πάνω από 2000 ευρωπαϊκές ΜμΕ απέδειξε, ότι η "αξία και η εικόνα" ήταν ο τρίτος πιο σπουδαίος λόγος για την προστασία του ΙΡ. Επιπλέον, το 60% ανέφερε ότι ο αντίκτυπος της προστασίας ήταν είτε θετικός είτε πολύ θετικός, ενώ μόνο το 1% ανέφερε ότι ο αντίκτυπος ήταν αρνητικός ή πολύ αρνητικός.

5. Η κατοχύρωση της διανοητικής ιδιοκτησίας ενισχύει το μάρκετινγκ και τις πωλήσεις.

Η ΔΙ λειτουργεί επίσης ως χρήσιμο εργαλείο μάρκετινγκ και τονώνει τις πωλήσεις. Το σύμβολο ® για παράδειγμα, ενημερώνει το κοινό ότι ο κάτοχος του σήματος «πιστεύει» στο προϊόν του και δεν θέλει σε καμία περίπτωση οι ανταγωνιστές να αξιοποιήσουν το κύρος και την φήμη του, αντιγράφοντάς το. Οι αναφορές "εκκρεμείς ευρεσιτεχνίες" στο μάρκετινγκ αποδίδουν ένα μήνυμα σχετικά με την καινοτομία του προϊόντος. Από την άλλη πλευρά, υποδεικνύοντας σε ένα προϊόν ότι η εμφάνιση του προϊόντος ή των λεπτομερειών του είναι προστατευόμενο σχέδιο, καθιστά απόλυτα σαφές στον καταναλωτή ότι το προϊόν αντιπροσωπεύει αυξανόμενη ατομικότητα και ξεχωρίζει από τη μάζα. Τα παραπάνω μηνύματα αναφέρονται, τόσο σε πελάτες όσο και σε επενδυτές. Οι ευρωπαϊκές οικονομίες εν έτη 2020, στηρίζονται σε μεγάλο βαθμό στις βιομηχανίες εντάσεως διανοητικής ιδιοκτησίας. Για να επιβιώσει και να επιτύχει λοιπόν, μια Ευρωπαϊκή ΜμΕ το 2020, θα πρέπει να αποκτήσει ένα ισχυρό

χαρτοφυλάκιο ΔΙ, ώστε να μπορεί να ανταγωνιστεί τους «μεγάλους παίκτες» και να προσελκύσει επενδυτές. Εξίσου σημαντικό για μια επιχείρηση είναι σε περιπτώσεις, όπως οι συγχωνεύσεις και οι εξαγορές να μην αγνοείται είτε παραμελείται η ΔΙ της. Είτε πρόκειται για τον αγοραστή είτε για τον πωλητή, η Δ.Ι. είναι εξίσου σπουδαία, εφόσον μεταβάλει την αξία της επιχείρησης.

Η ένταξη της ΔΙ στο επιχειρηματικό σχέδιο της εκάστοτε επιχείρησης είναι καθοριστικής σημασίας για τους επενδυτές. Τα business plan στην σύγχρονη εποχή έχουν καθιερωθεί ως ένα από τα πιο αξιόλογα εργαλεία των επενδύσεων. Προτού ο δυνητικός επενδυτής αποφασίσει εάν θα επενδύσει τα χρήματα του ή όχι σε μια επιχείρηση, θα αιτηθεί χωρίς αμφιβολία να μελετήσει το επιχειρηματικό της πλάνο. Η δόμηση ενός αναλυτικού, σαφέστατου και κατατοπιστικού business plan μπορεί να παίξει σημαντικό ρόλο για το μέλλον μιας επένδυσης. Ο βασικός σκοπός των επιχειρηματικών σχεδίων είναι η επικοινωνία και ο σχεδιασμός των στρατηγικών στόχων της εταιρείας. Καθώς και η περιγραφή όχι μόνο της επιχειρηματικής λογικής πίσω από τα σχέδια εμπορευματοποίησης, αλλά και των περιουσιακών στοιχείων, τα οποία δυνητικά θα καταστήσουν την επιχείρηση στο μέλλον πετυχημένη. Ο προσδιορισμός και η καταγραφή της διανοητικής ιδιοκτησίας μιας επιχείρησης στο business plan λοιπόν, κρίνεται αναγκαίος, εφόσον περικλείει τα άυλα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης. Το business plan θα πρέπει να αναφέρεται στην ΔΙ και στα δικαιώματα που απορρέουν από αυτό, με τέτοιο τρόπο, ώστε να περιγράφονται οι μοναδικές ικανότητες, τα περιουσιακά στοιχεία και οι πηγές της επιχείρησης, τα οποία διαμορφώνουν μια σχέση αμοιβαίου κέρδους με τους πελάτες, τους συνεταίρους και το επενδυτικό κοινό. Τέλος, η σύγκριση αυτών των περιουσιακών στοιχείων με τη διανοητική τους ιδιοκτησία, τα οποία είναι πιθανό να αποκτηθούν τόσο από τους πελάτες όσο και από τους ανταγωνιστές τους, πρέπει να θεωρηθούν ως ένας δείκτης εμπορικής βιωσιμότητας της επιχείρησης, ο οποίος θα επηρεάσει σημαντικά τη στρατηγική της θέση στο εσωτερικό οικοσύστημα. Η ΔΙ θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη και όταν συντάσσεται η παγκόσμια στρατηγική της επιχείρησης και να αναφέρεται λεπτομερώς μέσα στο επιχειρηματικό σχέδιο. Η πολιτική ΔΙ είναι σημαντική παράμετρος του business plan και μπορεί να αυξήσει την αξία της εταιρείας αν παρουσιάζεται και αποτιμάται ορθά. Από την άλλη πλευρά, μπορεί να μειώσει την εμπιστοσύνη και το ενδιαφέρον των τρίτων προς την επιχείρηση εάν δεν περιγράφεται με ξεκάθαρο και σαφή τρόπο. Οποιαδήποτε ασάφεια όσον αφορά την “ελευθερία” και τα όρια εκμετάλλευσης της τεχνολογίας που στηρίζει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες, θα επιφέρει αμφιβολίες στους επενδυτές σχετικά με τη βιωσιμότητά της. Η σύνταξη του business plan δεν είναι μια εύκολη υπόθεση και οι επιχειρηματίες ενδέχεται να έρθουν αντιμέτωπες με διάφορα ζητήματα κατά την κατάρτιση του. Όλα τα ζητήματα που προκύπτουν τις περισσότερες φορές, σχετίζονται με φτωχές, ασαφείς, μη πρακτικές και όχι επιχειρηματικού ενδιαφέροντος περιγραφές διανοητικής ιδιοκτησίας και περιουσιακών στοιχείων που συσχετίζονται με αυτήν, οι οποίες αποπροσανατολίζουν τον αναγνώστη του business plan - και μελλοντικό επενδυτή - με άμεσο αποτέλεσμα τη δημιουργία του αισθήματος της αβεβαιότητας. Κατά τη συγγραφή και σύνταξη του επιχειρηματικού πλάνου, ένα από τα πρώτα

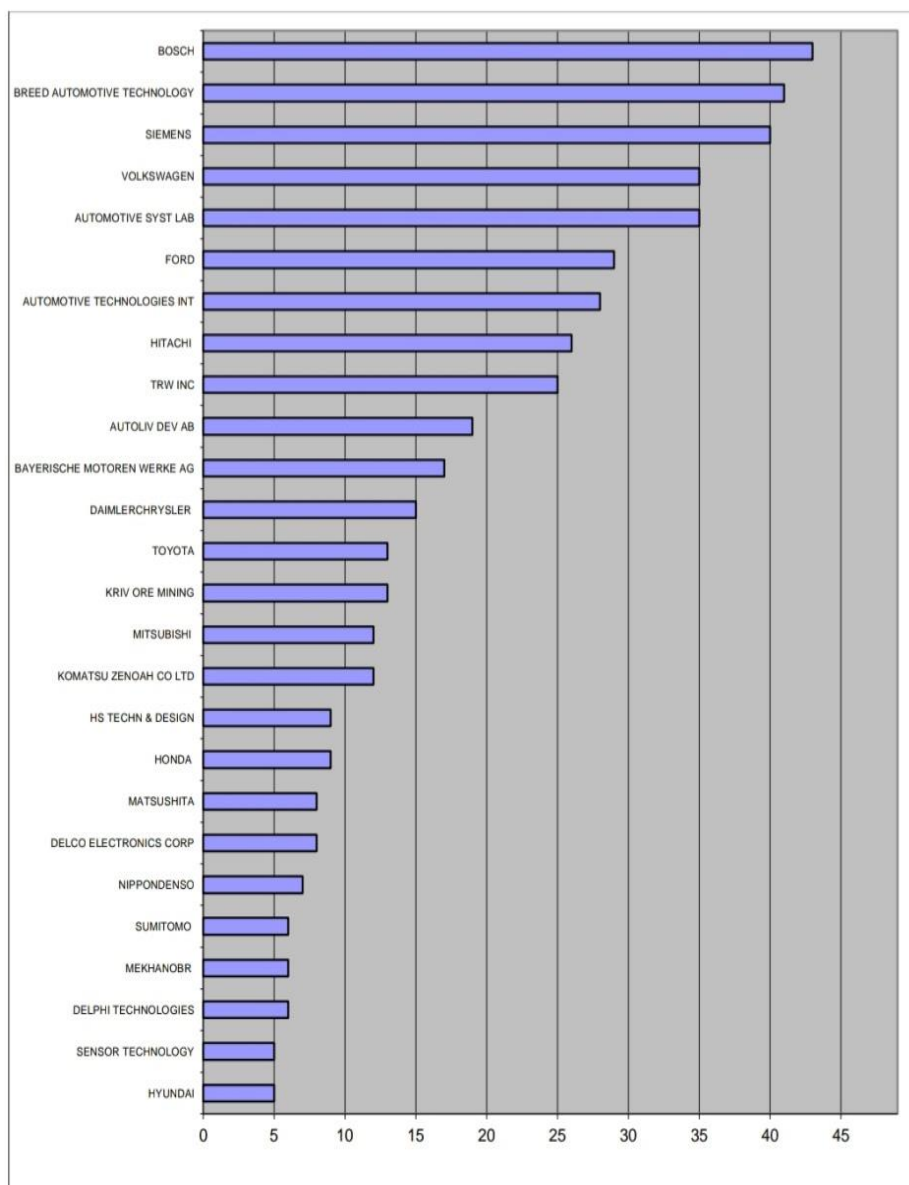
προβλήματα των επιχειρηματιών είναι η απόφαση του πόσες τεχνικές λεπτομέρειες και προδιαγραφές πρέπει να συμπεριλαμβάνονται στην περιγραφή των προϊόντων ή των υπηρεσιών που παρέχουν. Αυτό εξαρτάται από τι είναι πραγματικά αναγκαίο για την κατανόηση της τεχνολογίας της επιχείρησης και την προστιθέμενη αξία που παρέχει στους πελάτες της. Ο σημαντικότερος στόχος ενός business plan είναι να μπορεί να αποτυπώσει την εικόνα της τεχνολογίας από την σκοπιά ενός πελάτη του κλάδου, στον οποίο ασκεί τη δραστηριότητά της η επιχείρηση, απαντώντας σε ερωτήματα όπως: «Τι κάνει το συγκεκριμένο προϊόν», «Πως γνωρίζω ότι όντως δουλεύει», «Ποια είναι η προστιθέμενη αξία σε σύγκριση με άλλα προϊόντα»; Βέβαια πληροφορίες εμπιστευτικού περιεχομένου, όπως η μυστική τεχνογνωσία της επιχείρησης δεν είναι απαραίτητο να αναλύονται μέσα στο business plan. Ωστόσο, τα τεχνικά σχέδια είναι ιδιαίτερα σημαντικά, καθώς απεικονίζουν την τεχνολογική προσφορά για αυτό και προτείνεται να συμπεριλαμβάνονται στο business plan. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει επίσης να συμπεριλαμβάνουν στο business plan τα σχετικά trademark των προϊόντων και τη σχετική περιγραφή των διαφορετικών προϊόντων και τα brand που θα χρησιμοποιηθούν κατά την διαφήμισή τους. Για λόγους συνέπειας, μπορεί να είναι χρήσιμο να υπάρχει ένα μοναδικό εμπορικό σήμα για τη παγκόσμια γκάμα προϊόντων και στη συνέχεια να διαχωριστεί σε διαφορετικές εκδοχές ή ενότητες. Αναφορικά με την ιδιοκτησία της ΔΙ, θα πρέπει να είναι ξεκάθαρο ποια προϊόντα ή υπηρεσίες εντάσσονται στην ίδια την εταιρεία και ποια προϊόντα ή υπηρεσίες είναι διαθέσιμα μέσω αδειών χρήσης τρίτων προσώπων. Ένα ακόμη στοιχείο το οποίο θα πρέπει να είναι ξεκάθαρο είναι ο βαθμός στον οποίο τα δικαιώματα ΔΙ που εμπορεύεται η εταιρεία είναι κατοχυρωμένα και κατά συνέπεια μπορούν να αποτρέψουν την είσοδο στην αγορά δυνητικών αντιγράφων. Σχετικά με τις σχέσεις με τρίτα μέρη, όπως είναι οι εξωτερικοί συνεργάτες ή οι προμηθευτές, θα πρέπει οι συμβάσεις που έχουν γίνει ή θα γίνουν να προσδιορίζονται με σαφή τρόπο στο επιχειρηματικό σχέδιο και να υπάρχει καταγεγραμμένη η πολιτική για την ανάπτυξη στρατηγικών σχέσεων της εταιρείας μαζί τους.

Αναμφίβολά ένας από τους πιο βασικούς πυλώνες του επιχειρηματικού σχεδίου είναι η στρατηγική των πωλήσεων. Ένα κλασσικό λάθος των επιχειρηματιών στο συγκεκριμένο τομέα, είναι ότι όταν περιγράφουν το μέγεθος της αγοράς αναφέρονται στην παγκόσμια αγορά, χωρίς να αναφέρουν συγκεκριμένα ποιο μέρος της είναι όντως επιτεύξιμο για την εταιρεία τους. Ωστόσο, οι επενδυτές, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, χρειάζονται ακρίβεια για όλα τα στοιχεία, προκειμένου να είναι σε θέση να την αξιολογήσουν και ένα τέτοιο λάθος σίγουρα δεν λειτουργεί υπέρ της επιχείρησης. Ο επιχειρηματίας θα πρέπει να είναι όσο πιο ακριβής γίνεται στην περιγραφή τόσο των υφιστάμενων όσο και των μελλοντικών συνεργασιών. Είναι μακροπρόθεσμες; Είναι αποκλειστικές ή περιοριστικές ως ένα σημείο; Υπάρχουν κάποια ορόσημα και στόχοι που πρέπει να επιτευχθούν από κάθε συγκεκριμένο εταίρο βάσει συμβολαίων; Ο επενδυτής θα πρέπει να γνωρίζει όλα τα ανωτέρω μέσω της κατανοητής διατύπωσης του επιχειρηματικού σχεδίου..

Ένας ακόμη σημαντικός πυλώνας είναι αυτός των οικονομικών, που αποσκοπεί στην περιγραφή της τρέχουσας κατάστασης της επιχείρησης και της αναμενόμενης ανάπτυξης σε όρους περιουσιακών στοιχείων και εσόδων. Μια ορθή εκτίμηση της αξίας της επιχείρησης και της εμπορικής αξίας των προϊόντων και των υπηρεσιών της καθιστούν τις οικονομικές προβλέψεις αξιόπιστες και φερέγγυες. Παρόλο που αυτός ο τομέας χρειάζεται τη συμβολή ενός επαγγελματία λογιστή, ο κάθε επιχειρηματίας θα πρέπει να μπορεί και ο ίδιος από πλευράς του να κατανοεί και να μπορεί να ερμηνεύσει τους αριθμούς που παρατίθενται στο σχέδιο και να είναι σε θέση να απαντήσει σε διάφορες ερωτήσεις επί των διαφορετικών σεναρίων. Αυτό προϋποθέτει βέβαια ο επιχειρηματίας να είναι ενήμερος για την αξία των άυλων περιουσιακών στοιχείων της εταιρείας και να μπορεί να συζητήσει τα έσοδα που συσχετίζονται με την διανοητική ιδιοκτησία. Η χρήση εξωτερικής βοήθειας και γνωστών λογιστικών πρακτικών συνιστώνται για την αξιολόγηση των περιουσιακών στοιχείων, με απώτερο στόχο την ελαχιστοποίηση της πιθανότητας λάθους. Ιδιαίτερα σε περιπτώσεις όπου η ΔΙ θα χρησιμοποιηθεί ως εγγύηση σε δανειοδότηση, η πραγματική αποτίμηση της ΔΙ είναι ζωτικής σημασίας. Ο υπολογισμός της ΔΙ παραμένει πάντοτε μια εκτίμηση για αυτό και η αξία της μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο περαιτέρω διαπραγματεύσεων κατά τη συζήτηση με τους μελλοντικούς επενδυτές.

Πέρα από την κατάρτιση του επιχειρηματικού σχεδίου με σαφήνεια, η ΔΙ μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως σημαντικό εργαλείο ανάλυσης της αγοράς. Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, υπάρχουν διάφορες βάσεις δεδομένων ΔΙ, οι οποίες μπορούν να παρέχουν αντικειμενικές πληροφορίες και γνώσεις σχετικά με την αγορά που δραστηριοποιείται η εκάστοτε επιχείρηση, με τις ανάγκες προσφοράς και ζήτησης και τελικώς να συμβάλλουν στη διαμόρφωση χρηματοοικονομικών προβλέψεων για τη διανοητική ιδιοκτησία. Πολύ αξιόλογα εργαλεία συγκέντρωσης τέτοιων πληροφοριών είναι οι βάσεις δεδομένων πατεντών και εμπορικών σημάτων. Η χρήση τέτοιων πληροφοριών συνιστάται όχι μόνο για εσωτερική χρήση, αλλά και για ενσωμάτωση στα business plans, με την προσθήκη ενός πίνακα που θα συνοψίζει το market status των ανταγωνιστών και θα υποδεικνύει στους πιθανούς επενδυτές τη μοναδικότητα και την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης.³⁷ (European IPR Helpdesk,2015) Ένας πίνακας τέτοιας ανάλυσης είναι και ο παρακάτω:

³⁷ European IPR Helpdesk, (2015). Fact Sheet: “Intellectual Property and business plans” Published by European IPR Helpdesk.



ΣΧΗΜΑ 2 - Πηγή: European IPR Helpdesk³⁸: από 899 διπλώματα ευρεσιτεχνίας σε αισθητήρες σύγκρουσης, μπορούν να εντοπιστούν οι ακόλουθοι κορυφαίοι κάτοχοι εμπορικών ευρεσιτεχνιών

2.8.1 Συγχωνεύσεις και Εξαγορές

Κατά τη συγχώνευση ή την εξαγορά μιας επιχείρησης, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όλα τα περιουσιακά στοιχεία της είτε υλικά είτε άυλα. Είναι πολύ σημαντικό να θεωρηθεί η μεταφορά της ΔΙ ως αναπόσπαστο μέρος της ευρύτερης συναλλαγής (συγχώνευση/εξαγορά), η οποία δεν περιορίζεται μόνο στη μεταφορά δικαιωμάτων ΔΙ.

Η σύνταξη μιας συμφωνίας εξαγοράς περιγράφει με λεπτομέρεια τους όρους και τις προϋποθέσεις, υπό τις οποίες θα γίνει η αγορά μετοχών ή η πώληση περιουσιακών

³⁸ European IPR Helpdesk, (2015). Fact Sheet: "Intellectual Property and business plans" Published by European IPR Helpdesk.

στοιχείων. Στην περίπτωση της πνευματικής ιδιοκτησίας, ο πωλητής συχνά θα κληθεί να προβεί σε διευκρινίσεις και να παρέχει εγγυήσεις για το εκάστοτε άυλο περιουσιακό στοιχείο που είναι διαθέσιμο προς πώληση. Πριν την υπογραφή οποιασδήποτε συμφωνίας εξαγοράς, θα πρέπει να ελεγχθεί η ισχύς των δικαιωμάτων, ο νόμιμος κάτοχος των δικαιωμάτων, καθώς και η ημερομηνία λήξης τους. Στις πράξεις στις οποίες χρησιμοποιούνται περιουσιακά στοιχεία ΔΙ, τόσο στην μεταβιβαζόμενη επιχείρηση, όσο και στην επιχείρηση που διατηρεί ο πωλητής, είναι πιθανό να ζητηθεί η χορήγηση αδειών μεταξύ του αγοραστή και του πωλητή.

Και στην περίπτωση συγχώνευσης δύο εταιρειών πριν την ολοκλήρωση της διαδικασίας, πρέπει να αποτιμηθούν ομοίως, τα άυλα περιουσιακά στοιχεία.³⁹ (www.innovaccess.eu,2019)

2.8.2 Crowdfunding project

Η ΔΙ είναι εξίσου σημαντική και στις περιπτώσεις των crowdfunding projects. Η «χρηματοδότηση από το πλήθος» - “crowdfunding” είναι μια πολύ απλή ιδέα, η οποία παρέχει σημαντικά οφέλη και στις δύο εμπλεκόμενες πλευρές. Κάθε χρήστης μπορεί να συμβάλλει, δίνοντας από μόλις ένα ευρώ μέχρι αρκετές εκατοντάδες ευρώ, ανάλογα με τα προσφερόμενα πακέτα χρηματοδότησης που καθορίζει ο δημιουργός της καμπάνιας. Για να αυξήσει τις πιθανότητες στήριξης από τους ιδιώτες, η επιχείρηση παρέχει κάποια αποκλειστικά προνόμια. Για παράδειγμα, οι πρώτοι υποστηρικτές - χρηματοδότες μπορούν να αποκτήσουν το τελικό προϊόν με μεγάλη έκπτωση ή να λάβουν μια συλλεκτική έκδοση και άλλα παρόμοια δώρα, έτσι ώστε όλοι να έχουν κάποιο ιδιαίτερο κίνητρο. Η χρηματοδότηση από το πλήθος είναι εφικτή, χάρις σε ειδικευμένες διαδικτυακές πλατφόρμες, που προσφέρουν την απαραίτητη ασφάλεια των συναλλαγών και τα απαραίτητα εργαλεία για τη διαχείριση της καμπάνιας. Η πιο γνωστή από αυτές είναι το Kickstarter, ενώ ιδιαίτερα ενεργές είναι και οι Indiegogo, RocketHub, Fundly, Appsplint (για apps), GoGetFunding και Peerbackers. Αν και το crowdfunding είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικό για προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής τεχνολογίας, υπάρχουν και πλατφόρμες crowdfunding για ειδικά ενδιαφέροντα, όπως το AgFunder για τον αγροτικό τομέα, το CircleUp για καταναλωτικά κυρίως προϊόντα ή το Kiva που βοηθά μικρές επιχειρήσεις σε χώρες του αναπτυσσόμενου κόσμου⁴⁰. (ww.excelixi.org,2019)

Αυτός ο τρόπος χρηματοδότησης κερδίζει ολοένα και περισσότερο έδαφος κυρίως στις ΜμΕ, είτε αυτές είναι νεοσυσταθείσες είτε λειτουργούν για πολλά χρόνια. Για να επιτύχει μια καμπάνια χρηματοδότησης από το πλήθος, το καταναλωτικό κοινό και οι πιθανοί επενδυτές πρέπει να βλέπουν στην πράξη τι είναι αυτό που θέλουν να αγοράσουν. Αυτό γίνεται συνήθως μέσω ολιγόλεπτων βίντεο, φωτογραφιών, σχεδίων

³⁹ <http://www.innovaccess.eu/importance-of-ip-in-business?t=merger-and-acquisition> «Merger and acquisition», Innovaccess - Intellectual Property Portal, 2019.

⁴⁰ <http://www.excelixi.org/el/Knowledge-Base/Entrepreneurship/Crowdfunding> «Crowdfunding: Ο εναλλακτικός τρόπος χρηματοδότησης», 2019

και αναλυτικών περιγραφών. Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν ότι εφόσον δημοσιευτεί μια ιδέα ή ένα προϊόν κατά τη διάρκεια της αναζήτησης χρηματοδότη, μπορεί να κλαπεί μέρος της ΔΙ της ή και ολόκληρη η καινοτόμα ιδέα.

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η TikTok + LunaTik, που σχεδίασε ένα kit μετατροπής υψηλής ποιότητας, προκειμένου να μετατρέψει τα nanos Ipod σε smartwatch. Ήταν μια εξαιρετική ιδέα, που κέρδισε γρήγορα περίπου 1 εκατομμύριο δολάρια στο Kickstarter. Επίσης, αποδείχθηκε τόσο εξαιρετική που επειδή δεν είχε καμία προστασία πνευματικής ιδιοκτησίας αντιγράφηκε αμέσως και η αγορά ήταν ήδη κορεσμένη με knock-offs, όταν ήρθε η στιγμή να εισέλθει και επισήμως ως προϊόν διαθέσιμο προς πώληση.

Προτού μια εταιρεία ξεκινήσει μια εκστρατεία crowdfunding, θα πρέπει να γνωρίζει⁴¹: (www.eu-startups.com,2018)

- Τους κινδύνους των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας

Προκειμένου μια εφεύρεση να μπορεί να κατοχυρωθεί με ΔΕ, πρέπει να είναι εντελώς καινούργια, εφευρετική και χρήσιμη όπως προαναφέραμε. Από την άποψη της χρηματοδότησης crowdfunding, η πρόκληση και ο κίνδυνος είναι ότι οι περισσότερες πλατφόρμες crowdfunding προϋποθέτουν πολύ συγκεκριμένες λεπτομέρειες για το προϊόν. Όταν παρέχονται αυτές οι λεπτομέρειες, η τεχνική εφεύρεση μπορεί να αποκαλυφθεί πλήρως και να μην μπορεί πλέον να κατοχυρωθεί με ΔΕ. Αυτός είναι ένας μεγάλος κίνδυνος, ιδίως όσον αφορά τα τεχνικά προϊόντα (π.χ. ηλεκτρονικές συσκευές) που απαιτούν ισχυρή προστασία με ΔΕ, για να αποκτηθεί και να διατηρηθεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά. Για να μην χαθεί η δυνατότητα κατοχύρωσης με ΔΕ των πατεντών, είναι σημαντικό να υποβληθεί αρχικά η αίτηση ΔΕ πριν δημοσιευτεί η εκστρατεία. Επίσης, η εκάστοτε επιχείρηση θα πρέπει να ελέγξει τη δυνατότητα κατοχύρωσης με ΔΕ της ιδέας, προτού ξεκινήσει την εκστρατεία. Η απώλεια της δυνατότητας κατοχύρωσης με ΔΕ δεν είναι ο μόνος κίνδυνος, εάν κάποιος άλλος έχει κατοχυρώσει με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας την εφεύρεση που χρησιμοποιεί το προϊόν και έτσι, η εταιρεία είναι υπεύθυνη για παραβίαση ευρεσιτεχνίας. Το 2012, ο αμερικανικός κατασκευαστής τρισδιάστατων εκτυπωτών 3D Systems στράφηκε με μήνυση εναντίον μιας εταιρείας, που είχε μόλις συγκεντρώσει σχεδόν 3 εκατομμύρια δολάρια στο Kickstarter (που επίσης μήνυσαν το Kickstarter για την παροχή της πλατφόρμας). Η υπόθεση λύθηκε με συγκατάθεση αργότερα και οι μηνύσεις τελικά αποσύρθηκαν.

- Τους κινδύνους των βιομηχανικών σχεδίων

Τα βιομηχανικά σχέδια προστατεύουν αρκετά το σχήμα και την εμφάνιση του προϊόντος. Προκειμένου ένα βιομηχανικό σχέδιο να χρήζει προστασίας, θα πρέπει να είναι καινοτόμο και να έχει ατομικό χαρακτήρα. Όπως και με τα ΔΕ, η απαίτηση

⁴¹ <https://www.eu-startups.com/2018/11/intellectual-property-risks-for-startups-using-crowdfunding/>

καινοτομίας πρακτικά σημαίνει ότι μόλις δημοσιευθεί το προϊόν, δεν μπορεί να προστατευθεί με καταχώρηση βιομηχανικού σχεδίου. Ωστόσο, ο κανόνας αυτός δεν είναι απόλυτος, καθώς το ευρωπαϊκό νομοσχέδιο περί βιομηχανικών σχεδίων επιτρέπει τη δωδεκάμηνη "περίοδο χάριτος", κατά την οποία η εγγραφή εξακολουθεί να καθίσταται δυνατή. Η χρήση της περιόδου χάριτος εμπεριέχει βέβαια κινδύνους. Αν μια άλλη εταιρεία εισάγει το ίδιο βιομηχανικό σχέδιο, αυτό θα αποτελέσει εμπόδιο και φραγμό για την καταχώρηση του βιομηχανικού σχεδίου, επειδή δεν θα θεωρείται πλέον νέο.

Όπως και με τα ΔΕ, είναι επίσης εφικτό ο σχεδιασμός του προϊόντος (π.χ. το σχήμα του) να παραβιάζει τα δικαιώματα βιομηχανικού σχεδίου κάποιας άλλης εταιρείας.

- Τους κινδύνους εμπορικών σημάτων

Στις περισσότερες χώρες, τα δικαιώματα εμπορικών σημάτων δημιουργούνται με την καταχώρηση του εμπορικού σήματος. Εάν το όνομα του νέου προϊόντος δεν είναι καταχωρημένο από πριν, τότε δεν προστατεύεται και είναι ανοικτό για χρήση και κατοχύρωση από τρίτα μέρη. Οι επιτυχημένες πλατφόρμες Kickstarter ή Indiegogo μπορεί να κάνουν ένα προϊόν φημισμένο σε παγκόσμια βάση, σχεδόν από τη μια μέρα στην άλλη και έτσι, το εμπορικό σήμα του προϊόντος να κλαπεί διεθνώς. Ιδιαίτερα στη χώρα της Κίνας, υπάρχουν εταιρείες που εντοπίζουν τις βάσεις δεδομένων εμπορικών σημάτων των ΗΠΑ και της ΕΕ και προστατεύουν τα αντίστοιχα εμπορικά σήματα στην Κίνα. Το κόστος της καταχώρησης εμπορικού σήματος είναι αρκετά μικρό, αλλά αν κάποιος άλλος καταχωρήσει το εμπορικό σήμα μιας επιχείρησης, αυτό μπορεί να επιφέρει τη διάλυση της. Χωρίς την προστασία του εμπορικού σήματος πριν την έναρξη της εκστρατείας crowdfunding, η επιχείρηση κινδυνεύει να παραβιάζει το εμπορικό σήμα κάποιας άλλης εταιρείας, ακόμη και αν η εταιρεία έχει καταχωρήσει το όνομα του προϊόντος με δόλιο τρόπο. Συνεπώς, σε περιπτώσεις «χρηματοδοτήσεων από το πλήθος», εάν δεν προστατεύεται η ΔΙ σε μια διαδικτυακή πλατφόρμα, ελλοχεύουν δύο βασικοί κίνδυνοι. Πρώτον, ενδέχεται να μην είναι σε θέση αργότερα να προστατέψει την διανοητικής της ιδιοκτησίας. Δεύτερον, είναι πιθανό η εκστρατεία crowdfunding να παραβιάσει το πνευματικό προϊόν μιας άλλης εταιρείας και αυτό να επιφέρει νομικές κυρώσεις. Το crowdfunding λοιπόν, μπορεί να είναι ένας πολύ καλός τρόπος για μια νέα εταιρεία, προκειμένου να εισαγάγει νέα προϊόντα, να λανσάρει νέες ιδέες, να πληρώσει τους πελάτες της και να κερδίσει τη δημοσιότητα. Συνεπάγεται όμως, και σημαντικούς κινδύνους πνευματικής ιδιοκτησίας που πρέπει να γνωρίζουν εκ των προτέρων οι εταιρείες προτού ξεκινήσουν μια τέτοια εκστρατεία.

2.9 Νεοφυείς Επιχειρήσεις και Κατοχύρωση

Στο οικοσύστημα της καινοτομίας, σε έναν τομέα που η χώρα μας υστερούσε και εξακολουθεί να υστερεί σημαντικά, η ΔΙ και η κατοχύρωση της θα μπορούσε να αποτελέσει τεράστιο μοχλό ανάπτυξης. Συνολικά, το εθνικό σύστημα καινοτομίας έχει σημαντικές αδυναμίες, οι οποίες έχουν αναφερθεί σε πλήθος μελετών: αδύναμη σχέση επιχειρήσεων με τα πανεπιστήμια, φτωχές δαπάνες για Ε&Α, λίγες πατέντες

και βιομηχανικά σχέδια, παρά το σημαντικό αριθμό διεθνών ερευνητικών έργων και το υψηλό μέσο εκπαιδευτικό επίπεδο του ανθρώπινου δυναμικού. Από την άλλη πλευρά, στη βιομηχανία υπάρχει καινοτομία που αρκετά συχνά δεν συνδέεται με την E&A και η οποία καταγράφεται με συστηματικό τρόπο και στις διεθνείς έρευνες (π.χ. CIS). Όμως και πάλι φαίνεται η προστασία της καινοτομίας να αναφέρεται σε περιορισμένη επιχειρηματική ύλη, ενώ η μακρά οικονομική κρίση εμπόδισε ακόμα περισσότερο τους όρους με τους οποίους διεξάγεται η όποια καινοτομική δραστηριότητα. Σαφή ρόλο σε αυτό παίζει και το μικρομεσαίο μέγεθος που ακόμα και στη βιομηχανία είναι περιορισμένο, καθώς υπάρχει δεδομένη δυσκολία και αδυναμία στο να αφιερωθούν άνθρωποι και οικονομικοί πόροι σε αυτό. Η γνώση, ιδίως η κατοχυρωμένη και βιομηχανικά αξιοποιήσιμη, είναι το οικονομικό κεφάλαιο του παρόντος. Δυστυχώς, στη χώρα μας το ζήτημα της κατοχύρωσής της παραμένει ουραγός, με άμεση συνέπεια την απώλεια σημαντικών οικονομικών – και όχι μόνον – ωφελημάτων. Δεκάδες νεοφυείς ελληνικές επιχειρήσεις επιλέγουν να κατοχυρώσουν τις εφευρέσεις τους σε διάφορες χώρες του εξωτερικού αντί της Ελλάδας, ενώ χιλιάδες αλλοδαπά ΔΕ δεν προωθούνται για επέκταση στην Ελλάδα. Ένας από τους μεγαλύτερους φόβους των start-uppers ωστόσο, είναι η «κλοπή» της πρωτότυπης και καινοτόμας ιδέας, πάνω στην οποία βασίζεται το επιχειρηματικό πλάνο και κατ' επέκταση όλο το εγχείρημα, κάτι που ασφαλώς έχει δυσμενείς συνέπειες για την ανάπτυξη και το μέλλον της νεοφυούς επιχείρησης. Σύνηθες είναι, κατά το αρχικό στάδιο συγκρότησης του εταιρικού σχήματος, οι ιδρυτές, προκρίνοντας την επιτάχυνση της διαδικασίας, να αμελούν τα άυλα περιουσιακά στοιχεία και την ενασχόληση με αυτά τα ζητήματα. Δεδομένου όμως ότι το διανοητικό κεφάλαιο των start-ups πρόκειται να αποτελέσει το σημαντικότερο ανταγωνιστικό πλεονέκτημά τους για το μέλλον, η φροντίδα και ο σχεδιασμός ομοιόμορφης πολιτικής προστασίας για τα θέματα αυτά είναι εξίσου σπουδαία⁴². (Ρούγκα,2016)

Το μικρό μέγεθος και τα περιορισμένα οικονομικά κεφάλαια προβληματίζουν πολλές φορές τις νεοφυείς επιχειρήσεις με ερωτήματα όπως αν θα πρέπει να κατοχυρώσουν τη καινοτόμα τους ιδέα; Ποιο είναι το σωστό όνομα για την επιχείρηση; Πολλές φορές η αβεβαιότητα του «επιχειρείν» και ο φόβος της αποτυχίας οδηγεί τις start up σε λάθος αποφάσεις όπως η μη κατοχύρωση με ΔΕ της καινοτόμας ιδέας, η επιλογή ενός ονόματος χωρίς να έχει διενεργηθεί έλεγχος για την διαθεσιμότητα χρήσης του, η μη κατοχύρωση εμπορικού σήματος, η μη μεταφορά της ΔΙ εξ ολοκλήρου στην νεοφύη επιχείρηση πριν την επίσημη λειτουργία της.⁴³ (eustartups.com,2018).

Τέτοιες αποφάσεις μπορεί να οδηγήσουν ακόμη και στην αποτυχία και την διακοπή λειτουργίας της νεοφυούς επιχείρησης.

⁴² <https://www.rejoin.gr/entrepreneurship/blog-entrepreneurship/3997-rejoin-startups-viomixanikh-pneumatiki-idiokhtsia-ws-stoixeio-epixeirmatikh-strathgikh>,
«START-UPS: Βιομηχανική/πνευματική ιδιοκτησία ως στοιχείο επιχειρηματικής στρατηγικής»,
Ελεάννα Ρούγκα, 2016

⁴³ <https://www.eu-startups.com/2018/02/5-essential-intellectual-property-considerations-for-a-new-startup/>

Σε περίπτωση που μια start-up εταιρεία προτίθεται να διευρύνει τις δραστηριότητές της σε μία άλλη χώρα ή στο σύνολο του ευρωπαϊκού χώρου, θα πρέπει να φροντίσει να επιτυγχάνεται η προστασία των καινοτόμων ιδεών και δημιουργιών της ήδη κατά το στάδιο ανάπτυξής τους, αλλά και στο πλαίσιο των συναλλαγών, κατά τη σύναψη εμπορικών και εργασιακών συμβάσεων και κατά την προώθηση της εταιρείας στην εκάστοτε αγορά. Τα παρακάτω νομικά εργαλεία προληπτικής προστασίας είναι ενδεικτικά του τρόπου που κάθε εταιρεία εξασφαλίζει τα συμφέροντά της κατά την διάρκεια της καθημερινής της λειτουργίας.

Συμφωνητικό Εχεμύθειας (Non-disclosure Agreement)

Σε κάθε σύμβαση συνεργασίας ή εργασίας ή παροχής έργου με τρίτους, ο κίνδυνος της «κλοπής» ιδεών, δεδομένων ή τεχνογνωσίας της start-up εταιρείας είναι ιδιαίτερα μεγάλος. Με το συμφωνητικό εχεμύθειας, η εταιρεία προστατεύεται σε περίπτωση που εμπορικά μυστικά, πληροφορίες για τη λειτουργία της εταιρείας και για τα κατοχυρωμένα δικαιώματά δημοσιευτούν ή χρησιμοποιηθούν με παράνομο τρόπο από τρίτο πρόσωπο. Σε μια τέτοια περίπτωση, η εταιρεία θα είναι σε θέση να αξιώσει αποζημίωση, λόγω παραβίασης των όρων του συμφωνητικού.

Η σωστή και λεπτομερής κατάρτιση του συμφωνητικού εχεμύθειας είναι καθοριστικής σημασίας για την αποτελεσματική προστασία της εταιρείας από τυχόν προσπάθειες παραβίασης εχεμύθειας.

Συμφωνητικό μη Ανταγωνισμού

Σε περίπτωση που μία start-up εταιρεία επιθυμεί να προσλάβει συνεργάτες για την υλοποίηση μιας ιδέας, το συμφωνητικό μη ανταγωνισμού, σε συνδυασμό και με το συμφωνητικό εχεμύθειας, αποτελεί μία ασφαλή και ιδανική λύση, προκειμένου να αποφευχθεί το φαινόμενο που συναντάται συχνά στην αγορά, όταν ένας συνεργάτης, εκμεταλλευόμενος την τεχνογνωσία της εταιρείας να ξεκινάει τη σύσταση μίας δικής του επιχείρησης, με ανταγωνιστικές δραστηριότητες στη σχετική αγορά, απειλώντας τα συμφέροντα της εταιρείας και εν τέλει οδηγώντας την σε οικονομική ζημία. Παρά λοιπόν την αδυναμία κατοχύρωσης μιας αφηρημένης ιδέας, το Δίκαιο της Διανοητικής Ιδιοκτησίας, παρέχει πολλαπλές λύσεις για τη προστασία όλων των εκφάνσεων καινοτομίας και δημιουργικότητας μιας start-up εταιρείας. Η ως άνω κατοχύρωση των δικαιωμάτων αυτών, δεν προστατεύει απλά την εταιρεία από τυχόν ανταγωνιστές του κλάδου, αλλά αποτελεί όχημα τόσο για την προσέλκυση επενδυτών, όσο και για την προώθηση της διεθνούς της παρουσίας. Σε κάθε περίπτωση, η κάθε start-up εταιρεία πρέπει να αντιμετωπίζεται, ανάλογα με τον τομέα δραστηριοποίησης της, το μέγεθος της αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται και τα συγκεκριμένα δικαιώματα που ο κάθε επιχειρηματίας επιθυμεί να προστατεύσει και να αναζητά την κατάλληλη και εξατομικευμένη συμβουλή από εξειδικευμένους νομικούς συμβούλους.

Τεράστιες αλλαγές φέρνει για την πνευματική ιδιοκτησία και ιδιαίτερα για τις start-up εταιρείες, η επιβολή της ευρώ-μεταρρύθμισης, σύμφωνα με το άρθρο 17 (πρώην

13). Το άρθρο ορίζει ότι οι πάροχοι πλατφορμών διαμοιρασμού περιεχομένου (π.χ. Facebook, Instagram, YouTube, Twitter κ.ά.) θα πρέπει να έχουν συνεργασία με τους κατόχους πνευματικών δικαιωμάτων τελώντας σε καλή πίστη, ώστε να διασφαλίζουν ότι δεν θα είναι διαθέσιμα μη εγκεκριμένα προστατευμένα έργα, μέσω των υπηρεσιών τους. Αυτό συνεπάγεται τελικά ότι όλες οι ανωτέρω πλατφόρμες, το περιεχόμενο των οποίων προέρχεται από τους χρήστες τους, θα είναι αποκλειστικά αρμόδιες για τη διαγραφή περιεχομένου, εάν αυτό παραβιάζει πνευματικά δικαιώματα. Προκειμένου όμως να επιτευχθεί αυτό, οι εν λόγω πλατφόρμες θα πρέπει να αναπτύξουν και να χρησιμοποιούν συστηματικά τεχνολογία ειδικών φίλτρων, που θα έχουν τη δυνατότητα να εντοπίζουν περιεχόμενο που τυχόν παραβιάζει πνευματικά δικαιώματα δημιουργών. Σύμφωνα με τον συνταγματολόγο Χρυσόγοννο Κώστα στόχος του εν λόγω άρθρου είναι μια δίκαιη ισορροπία ανάμεσα στην ανάγκη προστασίας αφενός μεν των πνευματικών δικαιωμάτων των δημιουργών και αφετέρου δε της ελευθερίας της πληροφόρησης και της γνώσης μέσω του Διαδικτύου.

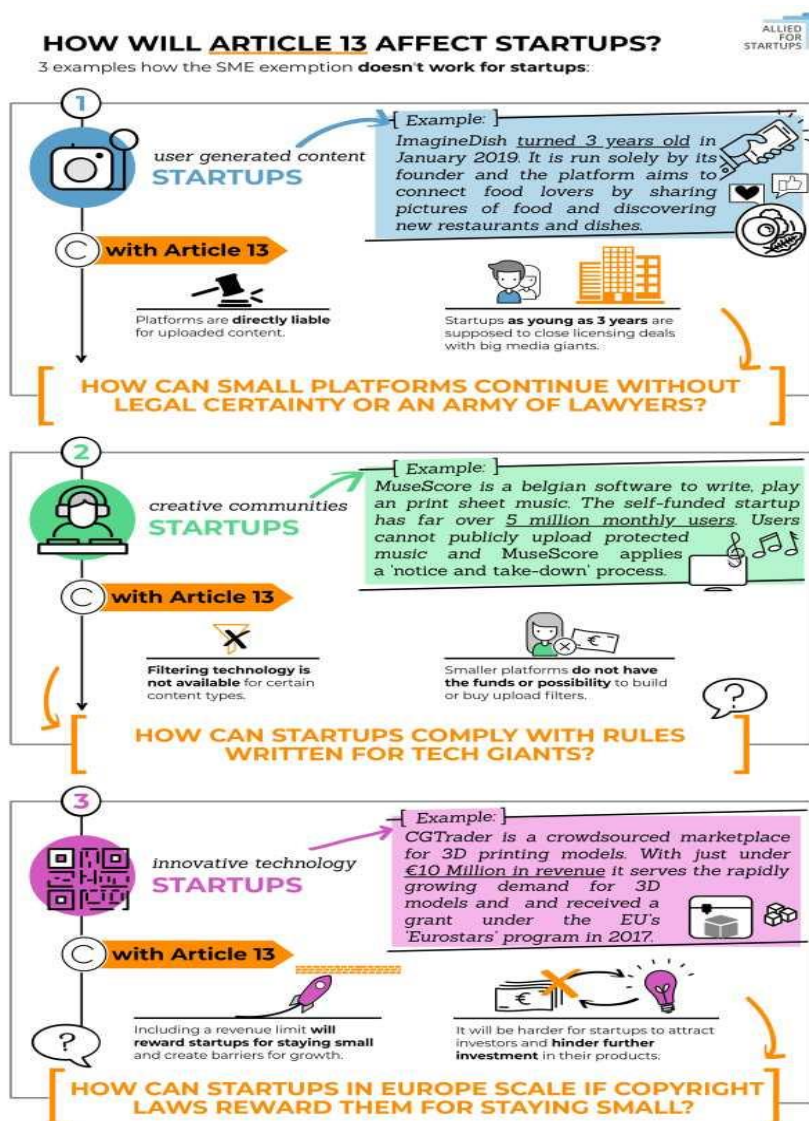
Ωστόσο, από την επιβολή της ευρώ-μεταρρύθμισης αναμένεται να εκδηλωθούν και αρνητικές συνέπειες και ιδιαίτερα στις νεοφυείς επιχειρήσεις και πιο συγκεκριμένα σε αυτές που δραστηριοποιούνται στο χώρο της Τεχνολογίας Πληροφοριών και Επικοινωνίας (ΤΠΕ). Για αυτό και οι πρώτες ανησυχίες ότι μόνο οικονομικά ισχυρές πλατφόρμες θα μπορέσουν να αντεπεξέλθουν στην εγκατάσταση των δαπανηρών αυτών φίλτρων εκφράστηκαν αμέσως μόλις συζητήθηκε η ευρωμεταρρύθμιση στο Ευρωκοινοβούλιο.(Χρυσόγοννος,2019)⁴⁴

Τα βασικά στοιχεία του άρθρου 17 (πρώην άρθρο 13) είναι: ότι μέχρι τώρα, υπεύθυνος για τη δημοσίευση στο Διαδίκτυο, υλικού που παραβιάζει τα πνευματικά δικαιώματα τρίτων, ήταν αυτός που το ανέβαζε. Με το άρθρο 17, υπόλογος είναι η επιχείρηση που λειτουργεί τη διαδικτυακή πλατφόρμα στην οποία ανεβάζει ο χρήστης το εν λόγω περιεχόμενο. Πλέον, για να ανεβάσει ένας χρήστης περιεχόμενο που αποτελεί ή εμπεριέχει πνευματική ιδιοκτησία τρίτων, πρέπει ο πάροχος να έχει εξασφαλίσει από πριν την άδεια του κατόχου των πνευματικών δικαιωμάτων – ακόμη και αν το περιεχόμενο αυτό είναι δημιουργία του χρήστη που το ανεβάζει. Αλλιώς, είναι υποχρεωμένος να εγκαταστήσει φίλτρα, που θα ανιχνεύουν τέτοιο περιεχόμενο και θα αποτρέπουν τη δημοσίευσή του ή τον κοινό διαμοιρασμό του (sharing). Λόγω της πολύ μεγάλης ποικιλίας των διαύλων μέσω των οποίων μπορεί να διαμοιραστεί το περιεχόμενο που αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία τρίτων και λόγω του ότι δεν υπάρχει καμία εξαίρεση, υπάρχει η πιθανότητα να καταλήξουμε στο εξής σενάριο: τα φίλτρα να ελέγχουν τι πρόκειται κάποιος να γράψει, ακόμη και στις ιδιωτικές ή εταιρικές επικοινωνίες. Αυτό, σε συνδυασμό με τις προβλέψεις του άρθρου 15 (πρώην 11), υπάρχει κίνδυνος να οδηγήσει στο να απαγορεύεται η αποστολή e-mail, στα οποία εμπεριέχονται φράσεις ή σειρές λέξεων που τυχάνει να είναι παρόμοιες με

⁴⁴ <https://www.tanea.gr/2019/03/29/science-technology/epanastasi-sto-diadiktyo-ti-allages-fernei-i-odigia-gia-ta-pneumatika-dikaiomata/> Κώστας Χρυσόγοννος,(2019), «Επανάσταση στο διαδίκτυο - Τι αλλαγές φέρνει η οδηγία για τα πνευματικά δικαιώματα», Εφημερίδα ΤΑ ΝΕΑ, 29.03.2019.

κάποιο κείμενο που έγραψε κάποιος, κάπου, κάποτε και κατοχυρώνεται με πνευματικά δικαιώματα.

Οι νεοφυείς επιχειρήσεις Πληροφορικής, η «ατμομηχανή της καινοτομίας» και «κινητήριος δύναμη της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας» κατά την Ε.Ε., θα επηρεαστούν σε μεγάλο βαθμό εκτός από αυτές που εμπίπτουν στις εξαιρέσεις. Αν οι νεοφυείς επιχειρήσεις που φιλοξενούν υλικό που ανεβάζουν οι χρήστες της έχουν ηλικία μικρότερη των τριών ετών, και ετήσιο τζίρο κάτω από 10 εκατομμύρια ευρώ, και δέχονται λιγότερους από 5 εκατομμύρια επισκέπτες σε ετήσια βάση, εξαιρούνται της υποχρέωσης αγοράς αδειών για ό,τι κατοχυρώνεται αυτή τη στιγμή από πνευματικά δικαιώματα στον κόσμο ή εγκατάστασης φίλτρων που θα παρέχονται από την Alphabet, Facebook, Audible Magic. Αν σταματήσει να ισχύει οποιαδήποτε από τις τρεις αυτές προαναφερθείσες συνθήκες, καθίσταται υπόχρεη αυτομάτως. Στο infographic της Allied for Startups που ακολουθεί, απεικονίζεται η αρνητική επίπτωση του άρθρου στις νεοφυείς επιχειρήσεις.



Πηγή: Allied for Startups

Παραδείγματα⁴⁵:

Περίπτωση 1η: ImagineDish

Η ImagineDish είναι μια πλατφόρμα που τη λειτουργεί μονάχα ο ιδιοκτήτης της και δίνει τη δυνατότητα στους λάτρεις του καλού φαγητού να διαμοιράζονται φωτογραφίες γευμάτων και να ανακαλύπτουν νέα εστιατόρια και πρωτότυπες συνταγές. Τον Ιανουάριο του 2019, η εταιρεία συμπλήρωσε τρία χρόνια λειτουργίας.

Οι χρήστες ανεβάζουν φωτογραφίες που τραβούν οι ίδιοι. Ωστόσο, με το άρθρο 17 (πρώην 13): Η ImagineDish είναι άμεσα υπεύθυνη σε όποιον ισχυριστεί ότι αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία του μια φωτογραφία που ανέβασε ένας χρήστης της, επειδή είναι ηλικίας άνω των τριών ετών και συνεπώς, ανήκει στις υποχρεώσεις του άρθρου 17.

Η συμμόρφωση με αυτό το άρθρο απαιτεί κοστοβόρα φίλτρα, μεγάλα κεφάλαια για αγορές αδειών, καθώς και αρκετούς νομικούς συμβούλους-δικηγόρους. Σύμφωνα με το μέγεθος της εταιρείας, πολύ μικρή με ελάχιστο προσωπικό, αντιλαμβανόμαστε πως κινδυνεύει ακόμα και με κλείσιμο λόγω της νομικής αβεβαιότητας και των δαπανηρών επιβολών του επίμαχου άρθρου.

Περίπτωση 2η: MuseScore

Το MuseScore είναι βελγικό λογισμικό για γράψιμο, παίξιμο και εκτύπωση μουσικής γραφής. Αναπτύσσεται από μια δημιουργική κοινότητα, αυτοχρηματοδοτούμενη, που φιλοξενεί πάνω από 5 εκατομμύρια χρήστες. Ήδη, βάσει των νόμων που έχουν προηγηθεί, οι χρήστες δεν δικαιούνται να ανεβάζουν παρτιτούρες μουσικών έργων οι οποίες είναι κατοχυρωμένες με πνευματικά δικαιώματα. Επίσης, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία, ακολουθεί πολιτική «notice and stay down», δηλαδή, μόλις έχει ενημερωθεί πως μια παρτιτούρα που ανέβηκε στην πλατφόρμα της παραβιάζει τα πνευματικά δικαιώματα κάποιου, όχι απλά την αφαιρεί, αλλά αποτρέπει και το εκ νέου ανέβασμα της ίδιας. Σύμφωνα με το άρθρο 17 (πρώην 13): υποχρεούται να χρησιμοποιεί φίλτρα που να «κόβουν» το «παράνομο» υλικό. Ωστόσο, δεν υφίστανται φίλτρα για παρτιτούρες, όπως επίσης δεν υπάρχουν φίλτρα για διάφορα άλλα είδη περιεχομένου. Η ανάπτυξη φίλτρων αναγνώρισης «παράνομου» υλικού για περιπτώσεις που δεν καλύπτονται ήδη είναι αρκετά δαπανηρή: η Google δαπάνησε, μέχρι το έτος 2018, 100 εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ για το φίλτρο Content ID, που χρησιμοποιεί στο YouTube. Μια μικρή εταιρεία δε μπορεί σε καμία περίπτωση να ανταποκριθεί στο κόστος ανάπτυξης τέτοιων τεχνολογιών. Οι ΜμΕ, αλλά και οι κοινότητες δημιουργών σαν τη MuseScore, κινδυνεύουν με οριστικό κλείσιμο, καθώς

⁴⁵ <https://alonghardlook.wordpress.com/2019/04/12/eucopyrightdirective-arnitikes-epiptoseis-article17-article13-startups/>, «Ευρω-μεταρρύθμιση» για τα πνευματικά δικαιώματα: οι αρνητικές επιπτώσεις του Άρθρου 17 (πρώην 13) στις νεοφυείς επιχειρήσεις», Κωνσταντίνος Τζοαννόπουλος, 2019

δε θα μπορέσουν ποτέ, για οικονομικούς αποκλειστικά λόγους, να συμμορφωθούν με κανόνες που γράφτηκαν για τεράστιες εταιρείες.

Περίπτωση 3η: CGTrader

Η CGTrader είναι μια πολυπληθής πλατφόρμα - αγορά τρισδιάστατων μοντέλων για χρήση σε τρισδιάστατες εκτυπώσεις, αρχιτεκτονική απεικόνιση, τρισδιάστατα παιχνίδια, εικονικούς κόσμους, κ.ά. Τα έσοδά της αγγίζουν τα δέκα εκατομμύρια ευρώ. Το 2017 έλαβε σημαντική επιχορήγηση με το πρόγραμμα «Eurostars». Με το άρθρο 17 (πρώην 13), εισάγεται ανώτατο όριο εσόδων για τις νεοφυείς επιχειρήσεις. Όσες το υπερβούν, τιμωρούνται με την υποχρέωση εισαγωγής ενός τεράστιου λειτουργικού κόστους (φίλτρα/άδειες πνευματικών δικαιωμάτων). Αυτό αποτελεί αντικίνητρο για την περαιτέρω ανάπτυξή τους. Δυσχεραίνεται η προσέλκυση επενδυτών για τις ευρωπαϊκές νεοφυείς επιχειρήσεις και εξακολουθεί να ισχύει η τεχνική αδυναμία φιλτραρίσματος – δεν υπάρχουν στην παρούσα χρονική στιγμή φίλτρα για τρισδιάστατα μοντέλα, και έτσι καλείται η CGTrader (αλλά και οι ανταγωνιστές της, όπως η Turbosquid κ.ά.) να καταβάλλουν τεράστια χρηματικά ποσά για την ανάπτυξή τους.

Το ερώτημα λοιπόν που γεννάται είναι αν τελικά οι μεταρρυθμίσεις του άρθρου 17 εμποδίζουν την ανάπτυξη νεοφυών επιχειρήσεων, που βρίσκονται σε ανοδική πορεία ή ενισχύουν την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας. Η λύση είναι κάπου στη μέση. Δηλαδή, θα πρέπει να εξετάζονται οι εξαιρέσεις ανά κλάδο επιχείρησης έτσι ώστε να υπάρχει καλύτερος έλεγχος του προφίλ της κάθε νεοφυούς επιχείρησης πριν επωμιστεί τα πολυδάπανα αναγκαία μέτρα.

2.10 Τα Πέντε πιο συχνά Λάθη Διανοητικής Ιδιοκτησίας των Νεοφυών Επιχειρήσεων

Οι περισσότερες νεοφυείς επιχειρήσεις όταν φτάνει το ζήτημα της κατοχύρωσης συχνά μπερδεύονται, αμφιβάλλουν και καταλήγουν σε λάθος ενέργειες. Τα πέντε πιο συνηθισμένα λάθη πνευματικής ιδιοκτησίας είναι τα εξής⁴⁶(Juetten,2019)

1. Θεωρούν ότι δεν κατέχουν ΔΙ

Κατά συνέπεια, δεν προβαίνουν σε καταγραφή και προστασία των άυλων περιουσιακών τους στοιχείων. Οι επιχειρηματίες θα πρέπει κυρίως σε περιπτώσεις συνεργασίας ή συμβουλευτικής σε επίπεδο επιχείρησης ή σε περίπτωση ανάπτυξης μιας καινούργιας ιδέας ή μιας νέας υπηρεσίας ή ενός πρωτοποριακού προϊόντος, να διασφαλίζουν μέσω συμβάσεων ή συμφωνητικών ότι η δουλειά που πραγματοποιήθηκε ανήκει στην κατοχή της εταιρείας τους. Ένα αρκετά συχνό λάθος

⁴⁶

[https://articles.bplans.com/top-5-intellectual-property-mistakes/mail icon](https://articles.bplans.com/top-5-intellectual-property-mistakes/mail-icon) – Mary Juetten, Last Refresh:2019 «The Top 5 Intellectual Property Mistakes»

των οντοτήτων είναι όταν λαμβάνουν την απόφαση να προσλάβουν κάποιον στον οποίο θα αναθέσουν μια επιχειρηματική τους λειτουργία π.χ. τη δημιουργία του λογοτύπου της εταιρείας τους. Σε αυτές τις περιπτώσεις παραγγελίας και ανάθεσης έργου, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, εάν δεν επισυναφθεί συμφωνία που να περιλαμβάνει με σαφή και ξεκάθαρο τρόπο τις περιουσιακές αξιώσεις του παραγγελιοδόχου, τότε η εργασία ή το παραχθέν έργο ανήκει στον δημιουργό.

Για παράδειγμα, η εταιρεία Χ χρειάζεται νέο λογότυπο και αναθέτει τη δημιουργία του σε μια εταιρεία trademark design, στην οποία ο σχεδιαστής δημιουργεί το λογότυπο, αμείβεται για τη δουλειά του και η επιχείρηση Χ αρχίζει να χρησιμοποιεί το νέο λογότυπο στην ιστοσελίδα της.

Έξι μήνες αργότερα, η εταιρεία σχεδίασης αποστέλλει στην εταιρεία Χ μια διαταγή παύσης και παράλειψης (cease and desist letter), στην οποία ζητά να αφαιρεθεί το λογότυπο από την ιστοσελίδα της Χ. Η εταιρεία Χ στην περίπτωση αυτή, έχει δύο επιλογές: είτε να αφαιρέσει το λογότυπο είτε να ρισκάρει την παραβίαση και όποιες τυχόν αγωγές και ποινικές κυρώσεις ακολουθήσουν.

2. Θεωρούν ότι οι πατέντες είναι η μοναδική ΔΙ της επιχείρησής τους

Οι πατέντες είναι χωρίς καμία αμφιβολία ο πιο γνωστός τύπος πνευματικής ιδιοκτησίας, αλλά όχι και ο μοναδικός. Είναι πολύ σημαντικό για μια νέα επιχείρηση να αναγνωρίσει την πνευματική ιδιοκτησία της σε όλο της το εύρος, καθώς τις περισσότερες φορές, η επιβίωση και η επιτυχία της εξαρτάται από αυτό το στάδιο της ορθής αναγνώρισης.

3. Η λανθασμένη πεποίθηση ότι όλοι υπογράφουν συμφωνίες περί τήρησης του απορρήτου και μη κοινοποίησης εμπιστευτικών πληροφοριών

Είναι πολύ λογικό και σωστό επιχειρηματικά να ζητήσει μια επιχείρηση να υπογραφεί επίσημα συμφωνία περί τήρησης του απορρήτου, σε περιπτώσεις που διαμοιράζεται ιδιοκτησιακές και εμπιστευτικές πληροφορίες. Σε καμία περίπτωση δεν μπορεί όμως, να υποχρεώσει το τρίτο μέρος να προβεί σε υπογραφή. Εάν το τρίτο μέρος δεν δεχτεί να υπογράψει τη συμφωνία απορρήτου (NDA), θα πρέπει να εξηγηθεί λεπτομερώς ο λόγος που είναι σημαντικό να υπογραφεί μια τέτοια συμφωνία, χωρίς όμως βέβαια να κοινοποιηθούν σημαντικά εταιρικά μυστικά.

4. Η αποστολή μια ιδέας στον εαυτό μας μπορεί να βοηθήσει

Για να αποδειχτεί η ημερομηνία δημιουργίας μίας ιδέας θα πρέπει να κατοχυρώνεται επακριβώς από έναν αμερόληπτο φορέα. Έτσι το να αποστείλει κάποιος μια ιδέα μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή online αποθηκευτικών χώρων, σίγουρα είναι μια αναμφισβήτητη απόδειξη της ημερομηνίας δημιουργίας της. Σίγουρα δεν αντικαθιστά την πνευματική κατοχύρωση στους διάφορους επίσημους οργανισμούς κατοχύρωσης, όμως μπορεί να συμβάλλει στην απόδειξη καταγωγής και ημερομηνίας γένεσης της ιδέας. Φυσικά πριν μεταφορτωθεί μια ιδέα online, θα πρέπει να έχουν διαβαστεί με ιδιαίτερη προσοχή, οι όροι χρήσης του online χώρου αποθήκευσης/ταχυδρομείου και

να επιλέγονται αυτοί με την ασφαλέστερη κρυπτογράφηση για την προστασία της ιδέας.

5. Η μη αναγνώριση της αξίας της ΔΙ.

Σε πολλές περιπτώσεις, η ΔΙ μιας νεοφυούς επιχείρησης μπορεί να αποτελεί μεγαλύτερο ποσοστό από το 90% της αξίας της. Είναι πολύ σημαντική η αναγνώριση της να γίνεται στα πρώτα στάδια μιας start-up εταιρίας, γιατί εάν η εκάστοτε εταιρία δεν ξέρει που βρίσκεται η διανοητική της ιδιοκτησία, δεν ξέρει και πώς να την εκμεταλλευτεί ορθά. Η ΔΙ, όπως αναφέρθηκε και πριν, είναι πολύ σημαντική για τους επενδυτές, αποτελεί για αυτούς ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, μια προστασία έναντι του ανταγωνισμού και ένα σπουδαίο περιουσιακό στοιχείο, το οποίο μπορεί να πωληθεί ή να παραχωρηθούν κάποια μέρη του προς χρήση, επί πληρωμή ανεξαρτήτως από την επιτυχία ή την αποτυχία της επιχείρησης. Για τους επενδυτές αυτό σημαίνει ότι μια εταιρία με κατοχυρωμένη την ΔΙ της, έχει μικρότερο επιχειρηματικό κίνδυνο. Με την ελαχιστοποίηση του κινδύνου, ενισχύονται και οι πιθανότητες επένδυσης. Η κατοχύρωση όμως παρέχει και άλλα πλεονεκτήματα στην επιχείρηση όπως π.χ. η περίπτωση δανειοδότησης. Τόσο οι τράπεζες όσο και οι άλλοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί που μπορούν να δώσουν δάνεια, θα προσδιορίσουν το ποσό του δανείου, εκτιμώντας την αξία της επιχείρησης. Η μη αναγνώριση της ΔΙ ως ένα από τα κύρια asset της, περιορίζει αισθητά την αξία της επιχείρησης και κατ' επέκταση και το ύψος του δανείου που θα λάβει η επιχείρηση.

Η ΔΙ έχει σημαντικό ρόλο σε κάθε στάδιο του επιχειρηματικού κύκλου ζωής. Αδιαμφισβήτητα, όταν μια επιχείρηση ξεκινάει, είναι πιο δύσκολο να αναγνωρίσει την ΔΙ της και να την προστατεύει. Ιδιαίτερα λοιπόν στην αρχή, η νεοφυής επιχείρηση θα πρέπει να είναι πολύ προσεκτική στα ζητήματα ΔΙ, γιατί επηρεάζουν την μελλοντική της πορεία. Αρχικά, η ΔΙ θα πρέπει να μεταφερθεί εξολοκλήρου στην εταιρεία, καθώς έχει εντοπιστεί πολλές φορές το φαινόμενο σε ένα συλλογικό έργο, οι εφευρέτες ή οι δημιουργοί του να εγκαταλείπουν την επιχειρηματική ιδέα πριν τη σύσταση της εταιρείας και στη συνέχεια να ζητούν αξιώσεις. Μια start-up εταιρεία, η οποία θα είχε νομικά προβλήματα πριν ακόμη ξεκινήσει την επίσημη λειτουργία της, θα αποτελούσε «κόκκινη σημαία» για τους πιθανούς επενδυτές. Αδιαμφισβήτητα, η επιλογή ονόματος είναι μια πολύ δύσκολη και χρονοβόρα διαδικασία. Από νομικής άποψης, υπάρχουν δύο συνιστώσες που καθιστούν ένα όνομα «καλό». Αρχικά, το όνομα θα πρέπει να είναι πραγματικά καινούργιο και να μπορεί να χρησιμοποιηθεί, χωρίς να παραβιάζονται προηγούμενα εμπορικά σήματα. Αυτή τη διαδικασία αναζήτησης της «νομιμότητας» του ονόματος για περισσότερο αξιόπιστα αποτελέσματα, θα ήταν προτιμότερο να την αναθέσει η εκάστοτε νεοφυής επιχείρηση στον νομικό της σύμβουλο. Δεύτερον, το όνομα να μπορεί και να προστατευθεί και να ανήκει εξολοκλήρου στην start-up εταιρεία. Τα κριτήρια για την προστασία διαφέρουν από χώρα σε χώρα, αλλά γενικά το όνομα πρέπει να είναι "διακριτικό". Η επιλογή απλώς ενός καλού ονόματος δεν είναι αρκετή. Η νεοφυής εταιρεία για να αποκτήσει πραγματικά και πλήρη δικαιώματα επί του ονόματος, θα πρέπει να προστατεύεται και από το εμπορικό σήμα. Η προστασία των εμπορικών σημάτων

είναι μια σχετικά φθηνή μορφή προστασίας της ΔΙ και η αποτυχία αυτής μπορεί να σημαίνει και την αναγκαστική αλλαγή ονόματος μεταγενέστερα. Το εμπορικό σήμα θα πρέπει να προστατεύεται σε όλες τις χώρες, όπου η νεοφυής εταιρεία σκοπεύει να διενεργεί επιχειρηματικές συναλλαγές. Η πιο δύσκολη ίσως απόφαση για μια νεοφυή επιχείρηση είναι αυτή της απόκτησης ή μη διπλώματος ευρεσιτεχνίας, η οποία θα πρέπει να ληφθεί πριν τη δημοσίευση της εφεύρεσης. Για παράδειγμα, η συμμετοχή σε έναν διαγωνισμό start-up μπορεί να οδηγήσει τελικά σε απώλεια δυνατότητας κατοχύρωσης με ΔΕ της εφεύρεσης. Το ίδιο μπορεί να ισχύει και για τα σχέδια (π.χ. σχήμα προϊόντος). Σε περίπτωση οποιασδήποτε αμφιβολίας, η επιχείρηση θα πρέπει να συμβουλευτεί έναν πληρεξούσιο πνευματικής ιδιοκτησίας. Η αίτηση για ΔΕ μετά την κατάθεση της θα γίνει εν τέλει δημόσια και θα παρέχει σημαντικές πληροφορίες για την εφεύρεση στους ανταγωνιστές. Μια άλλη επιλογή είναι απλά να διατηρηθεί η εφεύρεση κρυφή. Το πλεονέκτημα των εμπορικών μυστικών είναι ότι δεν υπάρχει υποχρέωση εγγραφής και ότι η προστασία δεν περιορίζεται χρονικά. Το πιο αξιοσημείωτο μειονέκτημα όμως, είναι ότι δεν προστατεύεται σε περίπτωση αντίστροφης μηχανικής. Σε αρκετές χώρες, η μεταφορά ΔΙ δεν είναι αυτόματη από εργαζόμενο ή ανάδοχο στην εταιρεία. Για παράδειγμα, αν ένας εργαζόμενος ή ένας “εργολάβος” δημιουργεί ένα φυλλάδιο, έναν λογότυπο, ένα περιβάλλον χρήστη ή άλλα υλικά, είναι πολύ πιθανό να ανήκουν τα πνευματικά δικαιώματα στον δημιουργό και όχι στην επιχείρηση. Ο ευκολότερος τρόπος για να σιγουρευτεί η start-up εταιρία (οι δημιουργοί της), ότι όλα τα δικαιώματα ΔΙ ανήκουν σε αυτή, είναι να συμπεριλάβει διατάξεις περί εκχώρησης πνευματικής ιδιοκτησίας στις συμβάσεις απασχόλησης εργαζομένων και προμηθειών από τρίτους. Μόλις ξεκινήσουν οι προσλήψεις, είναι ύψιστης σημασίας να υπογράφονται οι σωστές συμβάσεις και συμφωνίες, με απώτερο σκοπό, την προστασία τόσο της παρούσας όσο και της μελλοντικής ΔΙ της επιχείρησης. Καθώς και κατά την επισύναψη των πρώτων συμβολαίων π.χ. με εταιρεία design/marketing, να αποδίδεται η αναλογούσα βαρύτητα στην ΔΙ και να γίνεται σαφές σε ποιον ανήκει το έργο που παρέχει το τρίτο μέρος. Όσο η επιχείρηση επεκτείνεται και προβαίνει σε καινοτομίες, αυξάνεται η ΔΙ της και κατά συνέπεια και η επιχειρηματική της αξία. Επομένως, η στρατηγική ΔΙ είναι θεμελιώδους σημασίας σε όλα τα στάδια του επιχειρηματικού κύκλου ζωής, καθώς μια επιτυχημένη στρατηγική θα συμβάλλει και στην επίτευξη της μεγαλύτερης αξίας της επιχείρησης.

Χρειάζεται πολλή δουλειά για να καταλήξει κάποιος σε μια πραγματικά χρήσιμη και καινοτόμα ιδέα και μέρος του κινήτρου είναι να γνωρίζει ότι μόλις λάβει ένα δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, θα έχει τη δυνατότητα να κεφαλαιοποιήσει την εφεύρεσή του για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο, χωρίς τον φόβο των προϊόντων knock-off. Εάν οι δυνητικοί εφευρέτες γνώριζαν ότι υπήρχαν τεράστιες πιθανότητες ότι η ιδέα τους θα κλαπεί για παράδειγμα από μια μεγάλη εταιρεία, αμέσως μόλις την κάνουν γνωστή,

θα υπήρχε πολύ μικρό κίνητρο για να προβούν σε περαιτέρω νέες εφευρέσεις και ιδέες⁴⁷.

2.11 Μεθοδολογίες Εκτίμησης αξίας Διανοητικής Ιδιοκτησίας

Η παρατήρηση, καταγραφή, εκτίμηση αξίας και προστασία της ΔΙ, είναι αναγκαία για την ανάπτυξη μιας επιχείρησης και ιδιαίτερα σε περιόδους κρίσης, όπου εντοπίζονται έντονα φαινόμενα εξαγορών, συγχωνεύσεων, δανεισμού και πτώχευσης.

Η εκτίμηση της αξίας της ΔΙ σίγουρα δεν είναι μια απλή διαδικασία και δεν υπάρχει σωστή ή λάθος μεθοδολογία εκτίμησης αξίας ΔΙ της.

Δεν είναι όλα τα είδη της ΔΙ εξίσου σημαντικά για μια επιχείρηση, εκτός εάν την βοηθούν να δημιουργεί, διατηρεί ή να ενισχύει τις ταμειακές ροές της. Επίσης, η αξία τους μεταβάλλεται για διάφορους λόγους ανά χρονικές περιόδους. Για παράδειγμα, μια πατέντα κατά τη δημιουργία της μπορεί να συνιστά τη μοναδική λύση σε ένα πρόβλημα, όμως μετά την παρέλευση κάποιων ετών, να εφευρεθούν και άλλες μέθοδοι επίλυσης, ιδανικότερες από την αρχική πατέντα και να χάσει την αξία της. Ωστόσο, μια αρχικά μικρής αξίας πατέντα μπορεί με το κατάλληλο μάρκετινγκ σε βάθος χρόνου να καταστεί παγκόσμια επιτυχία. Τα εμπορικά σήματα από την άλλη αυξάνουν την αξία τους, όσο γίνονται περισσότερο γνωστά και αυτό από την πλευρά του σίγουρα απαιτεί και σωστό μάρκετινγκ και κάποια πάροδο ετών. Συμπερασματικά, η αξία των δικαιωμάτων ΔΙ εξαρτάται από τις συνθήκες, το δεδομένο χρόνο και τόπο που γίνεται η αξία. Είναι πολύ σημαντικό κατά την αξιολόγηση, να ληφθεί υπόψη η φύση της πνευματικής ιδιοκτησίας, ο σκοπός της, η δυνητική αγορά στην οποία αναφέρεται, αλλά και οι ανταγωνιστές της. Υπάρχουν ποικίλες μεθοδολογίες εκτίμησης αξίας ΔΙ, αλλά όλες έχουν τους περιορισμούς τους και καμία δεν αποτελεί γενικό κανόνα για όλα τις μορφές της ΔΙ. Το στάδιο ανάπτυξης των ΙΡs, η διαθεσιμότητα των πληροφοριών και ο σκοπός της αξιολόγησης επηρεάζουν χωρίς καμία αμφιβολία την επιλογή της μεθόδου εκτίμησης αξίας. Παρακάτω παρατίθενται οι τρεις πιο διαδεδομένες μεθοδολογίες εκτίμησης αξίας, οι οποίες τονίζεται ότι δεν είναι και οι μοναδικές⁴⁸.

2.11.1 Η Μέθοδος Κόστους

Αυτή η μέθοδος στηρίζεται στο κόστος που απορρέει κατά τη δημιουργία ή την ανάπτυξη της ΔΙ ή στο τι θα χρειαζόταν να δαπανηθεί για να δημιουργηθεί εκ νέου ένα παρόμοιο προϊόν ή υπηρεσία. Αυτή η μέθοδος δεν επηρεάζεται από την τρέχουσα αξία ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας.

Το κόστος που τις περισσότερες φορές που συμπεριλαμβάνεται είναι: το κόστος εργασίας, τα υλικά και ο εξοπλισμός, οι δαπάνες για Έρευνα και Ανάπτυξη, η

⁴⁷ <http://www.youngupstarts.com/2019/01/10/the-importance-of-intellectual-property-protection-in-entrepreneurship/> “The Importance Of Intellectual Property Protection In Entrepreneurship”, 2019

⁴⁸ www.betterbusinessfinance.co.uk - IP Finance Toolkit - Part 4: Valuing your Intellectual Property

δημιουργία πρωτοτύπου, τα testing και οι προσπάθειες, οι κανονιστικές εγκρίσεις και οι πιστοποιήσεις, η κατοχύρωση της Δ.Ι. και διάφορα γενικά έξοδα για παροχές, φιλοξενία και υποστήριξη προσωπικού. Αυτή η μέθοδος ισχυρίζεται ότι ο αγοραστής μπορεί να αποφύγει όλα αυτά τα έξοδα, αγοράζοντας το πνευματικό δικαίωμα.

Επιπλέον, με αυτόν τον τρόπο δεν απαιτείται ο αγοραστής να υποστεί τις οικονομικές ή/και επιχειρησιακές συνέπειες της αποτυχίας ανάπτυξης των δικών του δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας ή να έρθει αντιμέτωπος με τις πιθανές δυσκολίες στην προστασία τους, εάν είχε αναπτύξει δικά του (Tully,2018)⁴⁹

Με την μέθοδο κόστους μπορεί να αποτυπωθεί μια γενική εικόνα της αξίας της ΔΙ, ιδιαίτερα όταν βρίσκεται στα πρώτα στάδια. Η συγκεκριμένη μέθοδος όμως δίνει ιδιαίτερη προσοχή και σημασία στο κόστος και όχι στο κέρδος. Αυτός είναι και ο λόγος που κάποιος μπορεί να ισχυριστεί ότι δεν δίνει πλήρη εικόνα της προοπτικής της αγοράς, στην οποία θα εισέλθει το προϊόν/η υπηρεσία ΔΙ και την πιθανή επιτυχία ή αποτυχία. Δεν λαμβάνει υπόψη καθόλου δηλαδή την μελλοντική αξία.

2.11.2 Η Μέθοδος Αποτίμησης της Αγοράς

Η αναγνώριση της αξίας ενός προϊόντος σύμφωνα με το υφιστάμενο ιστορικό του στην αγορά, είναι πιθανότατα ένας πιο έγκυρος τρόπος εκτίμησης της αξίας ενός πνευματικού δικαιώματος. Η εκτίμηση της αξίας πώλησης ή της πώλησης αδειών χρήσης παρόμοιων προϊόντων στην αγορά, προσφέρουν μια αρκετά καλή εικόνα για την αξιολόγηση της ΔΙ. Οι μετρήσεις της αγοράς παρέχουν μια πολύ καλή εκτίμηση αξίας, δεδομένου ότι βασίζονται στις αρχές της προσφοράς και της ζήτησης της αγοράς. Το πρόβλημα της συγκεκριμένης μεθόδου επικεντρώνεται στο ότι πολύ σπάνια θα βρεθούν δημοσιευμένα δεδομένα για συναλλαγές πνευματικής ιδιοκτησίας, γιατί συνήθως αποτελούν «εμπιστευτικά» δεδομένα. Είναι επίσης αρκετά δύσκολο να γενικεύσουμε τις συναλλαγές πνευματικής ιδιοκτησίας και να τις χαρακτηρίσουμε ως παρόμοιες μεταξύ τους. Έτσι, και τα αποτελέσματα της μεθόδου αποτίμησης της αγοράς θα είναι και αυτά κατά προσέγγιση, εκτός και εάν υπάρχει κάποιο παρεμφερές προϊόν ή υπηρεσία στην αγορά, με δημοσιοποιημένες λεπτομέρειες συναλλαγών πνευματικής ιδιοκτησίας. Ακόμα και η φύση των συναλλαγών δεν παραμένει ίδια από συναλλαγή σε συναλλαγή. Οι διακανονισμοί ενδέχεται να μεταβάλλονται ως προς την διάρθρωση των πληρωμών, την αποκλειστικότητα του εδάφους, του οικονομικού κλίματος και των συνθηκών της αγοράς της δεδομένης χρονικής στιγμής. Φυσικά, αυτή η μέθοδος δεν μπορεί να εφαρμοστεί σε πατέντες, διότι η κατοχύρωση μια πατέντας βασίζεται στην μοναδικότητα της.

Επομένως, δεν θα μπορούν να βρεθούν και παρόμοια προϊόντα για να εφαρμοστούν οι πληροφορίες συναλλαγών (πώλησης, ενοικίασης διπλώματος ευρεσιτεχνίας κ.ο.κ.) προς σύγκριση. Αυτή η μέθοδος είναι αρκετά αντικειμενική και δίνει μια ρεαλιστική

⁴⁹ <https://www.ipwatchdog.com/2018/04/24/intellectual-property-valued-selling-business/id=96098/>, Keith Tully, 2018

ανάλυση της αξίας της πνευματικής ιδιοκτησίας, τόσο από την πλευρά των καταναλωτών, όσο και από την πλευρά των ιδιοκτητών.

2.11.3 Η Μέθοδος Εισοδήματος ή Οικονομικού Αποτελέσματος

Αυτή η μέθοδος επικεντρώνεται στα έσοδα, που μπορούν μελλοντικά να αποκομιστούν από τα πνευματικά δικαιώματα. Συμπεριλαμβάνει και το μελλοντικό εισόδημα, το οποίο μπορεί να πηγάζει από ένα δικαίωμα κατά την «οικονομική του ζωή», αλλά και το κόστος για τη δημιουργία του εισοδήματος αυτού. Το οικονομικά κόστη, αλλά και το ρίσκο λαμβάνονται υπόψη στην εξίσωση. Το τελικό αποτέλεσμα, περιγράφεται ως Καθαρή Παρούσα Αξία (NPV = Net Present Value). Αυτή η μέθοδος δίνει τη δυνατότητα στον αγοραστή να εκτιμήσει την επικείμενη επένδυση βάσει της θετικής ή της αρνητικής τιμής της ΚΠΑ. Παρόλο που η ΚΠΑ είναι ένα χρήσιμο και ωφέλιμο εργαλείο, πρέπει να λάβουμε υπόψη ότι βασίζεται σε πιθανά μελλοντικά γεγονότα και όχι σε μετρήσιμες παρελθοντικές οικονομικές αποδόσεις. Οι δυσκολίες και οι αδυναμίες της συγκεκριμένης μεθόδου εστιάζονται στο ότι είναι δύσκολο να εκτιμηθεί η «οικονομική ζωή» των πνευματικών δικαιωμάτων και η χρησιμότητα τους σε βάθος χρόνου. Επίσης, πολύ δύσκολο είναι να εκτιμηθεί και το εισόδημα που θα αποφέρουν τα πνευματικά δικαιώματα μετά από χρόνια.

Παράγοντες όπως: το μέγεθος της εν δυνάμει αγοράς, η «δύναμη» του εκάστοτε πνευματικού δικαιώματος, η φύση του ανταγωνισμού, οι αλλαγές στο οικονομικό περιβάλλον, το κόστος καταχώρησης, η ενίσχυση και η υπεράσπιση των δικαιωμάτων πρέπει να ληφθούν και αυτοί σοβαρά υπόψη κατά την εφαρμογή αυτής της μεθόδου. Ο τρόπος εκμετάλλευσης ενός πνευματικού δικαιώματος, το κόστος που περιέχεται, ο χρόνος που απαιτείται ώστε ένα πνευματικό δικαίωμα να εισέλθει στην αγορά και το ρίσκο που ελλοχεύει καθ' όλη τη διάρκεια της «ζωής» ενός πνευματικού δικαιώματος, διαφέρουν από κλάδο σε κλάδο και από επιχείρηση σε επιχείρηση. Η αβεβαιότητα της οικονομικής ζωής, αλλά και η ραγδαία τεχνολογική ανάπτυξη καθιστά μη ρεαλιστικό τον υπολογισμό του εισοδήματος για παραπάνω από 4 ή 5 έτη. Ιδιαίτερα όταν μια τεχνολογία βρίσκεται στα αρχικά της στάδια, είναι ιδιαίτερα δύσκολο να προσδιοριστούν τα έσοδα που μπορεί να επιφέρει. Μια συμπληρωματική μέθοδος της μεθόδου αυτής είναι η απαλλαγή από τα δικαιώματα (royalties). Αυτή η μέθοδος υπολογίζει το κόστος που θα αποφύγει μια εταιρεία, εάν αγοράσει και αποκτήσει τα δικαιώματα τα οποία χρησιμοποιεί μέσω αδειών, διπλωμάτων κ.ο.κ. Συμπερασματικά, η εκτίμηση της αξίας των πνευματικών δικαιωμάτων είναι πολύ σημαντική για μια επιχείρηση, αφού αποτυπώνει την γενική εικόνα τους την οποία αξιολογεί η διοίκηση και λαμβάνει αποφάσεις περί προστασίας ή μη. Επιτρέπει επίσης, στους ιδιοκτήτες να ακολουθούν συνεκτικές στρατηγικές και τονίζει το σκοπό της ΔΙ, δηλαδή την επίτευξη επιτυχίας στην εκάστοτε αγορά.

2.12 Valuation Checklist

Ο ακόλουθος κατάλογος εκτίμησης αξίας (Valuation Checklist) διαμορφώθηκε στο πλαίσιο ενός IP Finance Toolkit της betterbusinessfinance.uk⁵⁰ και περιέχει τους

⁵⁰ www.betterbusinessfinance.co.uk - IP Finance Toolkit - Part 4: Valuing your Intellectual Property

παράγοντες, που θα πρέπει η κάθε επιχείρηση να λάβει υπόψη της κατά την αναγνώριση και αξιολόγηση της πνευματικής της ιδιοκτησίας. Σχεδιάστηκε για να βοηθήσει τους επιχειρηματίες να αντιληφθούν πλήρως εάν βρίσκονται σε ισχυρή ή αδύναμη θέση διαπραγμάτευσης και το πώς να ισχυροποιήσουν τη θέση τους. Ο κατάλογος μπορεί να περιέχει μερικές ερωτήσεις, που να μη σχετίζονται άμεσα με την ΔΙ μιας επιχείρησης. Σε τέτοια περίπτωση πρέπει απλώς να μη ληφθούν υπόψη.

IPR Valuation Checklist

The following table has been devised to help you realise the value of your IP rights ready for any discussions you may have with a potential lender.

The table has been cross-referenced back to the above guidelines to help with completion.

The IPRs:

The proposed transaction:

The parties:

Business:

Bank:

QUESTION	ANSWER	Possible steps to be taken to improve the position
What benefits does the IPR bring to your business?		
<p>a) Does the IPR allow your business to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generate current revenues? • Generate future revenues? • Create, maintain or increase cash flow? • Increase sales? • Price your products at a premium? • Reduce production costs? • Increase the speed of production? • Improve the quality of your products? • Create customer following? • Avoid or reduce development costs? • Increase or maintain market share by creating a barrier to competition? • Can the IP be enhanced to gain funding? • Is there any other use for the IP to generate income? 		

If your business has existing licences, what benefits do they bring?		
<ul style="list-style-type: none"> Do they generate revenue? How much? Are the terms of those licences commercially sound? Are they exclusive/non-exclusive? What are the threats? Can they support the application for finance? 		
The Nature and Strength of the IP		
Is the IP in the early stages of development/close to market/on the market?		
Does the IP give the owner a monopoly, (as with patents, trade marks and registered designs) rather than just a right to prevent copying?		
Does the IPR give the owner a wide monopoly?		
Is the IP new, or a modification of existing IPR?		
If it is a modification, is it vital to the operation of the product?		
Is the IPR dependent on earlier IPR?		
Has the IP been kept confidential?		
Does the business own the IP?		
Does the business have the right to license the IP?		
If the IPR can be registered, has it been registered? (Ask this question for each relevant territory)		
If the IPR is registered, will it expire soon?		
If it is about to expire, can it be renewed?		
Is the IPR likely to be challenged?		
If it is likely to be challenged, can it be easily defended?		
Does the business have sufficient resources to resist any challenge?		
Can competitors design around the IP?		
Is the IPR the subject of a legal dispute?		
If the IPR is infringed, will it be difficult or expensive to stop the infringement?		Example: Consider obtaining insurance cover
The Potential Market		
Is there a market for the products protected by the IPRs?		
What is the products unique selling point?		
What is the nature of the market?		

What is the size of the market?		
What is the value of the market?		
Where is the market?		
How much are customers prepared to pay?		
What is the potential market share?		
Does the business have skills, technology, geographic or market presence or financial resources to get the product to market?		
Will the business have to buy-in expertise or other IPR in order to get the product to market?		
Does the business have access to funding?		
What is the life cycle of the product?		
The Competition		
Does the IPR create a barrier for competitors?		
Can competitors easily work round the IPR?		
How long will it take to work round the IPR?		
How much might it cost to work round the IPR?		
How much interest is there in the product from competitors?		
Further Development and Investment		
How much will the business have to spend before the product is ready for market and attracting customers?		
How long will it take to be ready for market and to attract customers?		
What are the risks of the development not being successful?		
What are the risks of competitors getting to market first?		
The Economic Life of the IPRs		
How likely is technological change which will make the product obsolete?		
How likely are changes in legislation which will make the product obsolete?		
Are production costs likely to increase substantially?		
For how long might market share increase?		
Financial Information		
Can the existing business support the level of lending?		
Where will the money be spent?		

ΣΧΗΜΑ 3. Πηγή: www.betterbusinessfinance.co.uk - IP Finance Toolkit -Part 4: Valuing your Intellectual Property

2.13 Στρατηγική Διανοητικής Ιδιοκτησίας

Οι πατέντες είναι καθοριστικής σημασίας για την ανταγωνιστικότητα μιας επιχείρησης, ιδιαίτερα σε κλάδους, όπου οι καινοτομίες είναι εύκολο να αντιγραφούν. Σε συγκεκριμένες περιπτώσεις, τακτικές και πρακτικές, όπως η μυστικότητα και ο χρόνος πρωτοποριακής παράδοσης, μπορούν εξίσου να αποδειχθούν αποτελεσματικές. Ο ορθός και συνετός τρόπος προστασίας μιας καινοτομίας δεν είναι

η απλή παροχή προστασίας έναντι του ανταγωνισμού, αλλά και η παροχή μέσου, το οποίο θα έχει την ικανότητα να χρησιμοποιηθεί για την εκχώρηση άδειας της Δ.Ι. σε κλάδους και αγορές, με τις οποίες η ίδια η εταιρεία δεν θέλει να ασχοληθεί.

Η Στρατηγική διανοητικής ιδιοκτησίας θα πρέπει να προωθεί και να ενισχύει την ευαισθητοποίηση της επιχείρησης για τη σημαντικότητα και τη σπουδαιότητα της στρατηγικής της διανοητικής ιδιοκτησίας, την τήρηση της εμπιστευτικότητας των νέων τεχνολογιών, μέχρι τη στιγμή της συμβουλευτικής από κάποιον ειδικό περί κατοχύρωσης και την άθροιση της παρούσας και μελλοντικής διανοητικής ιδιοκτησίας. Θα πρέπει επίσης να τονώνει τη χρήση της ΔΙ για προσθήκη αξίας στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες, τη διεξαγωγή συστηματικών αναθεωρήσεων του χαρτοφυλακίου ΔΙ, προκειμένου να διαπιστώνεται διαρκώς η σημαντικότητα τρεχουσών καινοτομιών και η ανάγκη για πιθανή εγκατάλειψη προστασίας απαρχαιωμένων τεχνολογιών και τη συγκέντρωση πληροφοριών για την αγορά και τον ανταγωνισμό, με απώτερο σκοπό την αποφυγή παραβιάσεων και τη δημιουργία προκλήσεων, εάν οι καταστάσεις το καθιστούν εφικτό. Τέλος, τυχόν πιθανή παραβίαση των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας θα πρέπει να αναδεικνύει την υπεράσπιση της θέσεως της επιχείρησης. Η σθεναρή υπεράσπιση των πνευματικών δικαιωμάτων καθιερώνει την επιχείρηση στην αγορά, αναφορικά με την ποιότητα του προϊόντος, την εμπιστοσύνη και την εκτίμηση των πελατών της.

Η δημιουργία ενός αξιόπιστου χαρτοφυλακίου ΔΕ επιτυγχάνεται μέσω της τήρησης αρχείων, της γνωστοποίησης εφευρέσεων, της παρακολούθησης των τεχνολογικών εξελίξεων και βελτιώσεων, της έγκαιρης υποβολής αιτήσεων για διπλώματα ευρεσιτεχνίας και της τακτικής και κριτικής αναθεώρησης του χαρτοφυλακίου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

3.1 Έρευνα του U.S Chamber of Commerce για το IP

Σύμφωνα με μελέτη⁵¹ που διενήργησε το Παγκόσμιο Ινστιτούτο Πολιτικής της Καινοτομίας (GIPC), η ΔΙ και η βελτίωση της προστασίας της μπορεί να επιφέρει οικονομικά οφέλη στις επιχειρήσεις. Η έρευνα έγινε από την Pugatch Consilium για λογαριασμό του U.S Chamber of Commerce, της μεγαλύτερης επιχειρηματικής ομοσπονδίας του κόσμου, που εκπροσωπεί τα συμφέροντα περισσότερων από 3 εκατομμυρίων επιχειρήσεων όλων των μεγεθών, κλάδων και περιφερειών, καθώς και κρατικών και τοπικών επιμελητηρίων και βιομηχανικών ενώσεων. Όπως και σε προηγούμενες εκδόσεις, το συγκεκριμένο Annex αποσκοπεί να διερευνήσει τη συσχέτιση (στατιστική πιθανότητα δύο μεταβλητών που εμφανίζονται μαζί), μεταξύ των βαθμολογιών του δείκτη και πολλών δεικτών οικονομικής δραστηριότητας. Η

⁵¹ Global Innovation Policy Center (2018)-“The Relationship between IP Rights and Economic Activity”-Supplemental Statistical Analysis to the U.S Chamber international IP Index, Sixth Edition
Published by:GIPC

συγκεκριμένη έκδοση διευρύνει την ανάλυση συσχέτισης μεταξύ του δείκτη και 23 οικονομικών μεταβλητών και αναλύει τις επιπτώσεις των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας στις μεταβλητές και στα δύο άκρα της οικονομικής εξίσωσης: εισροές και εκροές. Οι εισροές κατανέμονται σε οικονομικούς πόρους και προϋποθέσεις, ενώ οι εκροές ομαδοποιούνται στις κατηγορίες ανταγωνιστικότητας, προστιθέμενης αξίας και δημιουργικότητας. Ο πίνακας ακολουθεί:

Economic Benefits of Improving IP Protection Findings from 23 Correlations				
Inputs	2016	2017	2018	Economies with robust IP protection (scoring above the median of the Index) on average tend to experience the following benefits compared with economies scoring below the median
Financial Resources				
Research and development (R&D) expenditure	.75	.70	.71	36% more likely to have in-house support by adequate investment for an idea or discovery
Access to venture capital and private equity funds	.81	.77	.79	42% more likely that an idea or discovery will be supported by venture capital and private equity
Foreign direct investment (FDI) attractiveness	.78	.78	.80	53% more attractive to FDI due to better macroeconomic indicators
Biomedical FDI	.68	.67	.72	15 times more clinical trial activity
Enabling Conditions				
Human capital	.80	.82	.82	Over 6 times more highly skilled researchers in a given labor force
Increase in high-value jobs	.80	.72	.67	Percentage of high-value workforce almost doubled
Access to advanced technologies	.83	.83	.81	26% more likely to benefit from access to latest technologies
Network readiness	.82	.82	.83	37% more likely to fully leverage information and communications technology (ICTs)
Access to licensed music outlets	n/a	.78	.79	Likely to provide up to 3 times wider access to new music through legitimate and secure platforms
Consumption of audiovisual content	.79	.73	.72	Likely to generate nearly 3 times more theatrical screenings of feature films
Access to video content	.64	.61	.66	Generates twice as many video-on-demand and streaming services
Outputs	Coefficient			Benefits from IP rights
	2016	2017	2018	
Competitiveness				
Economic competitiveness	n/a	n/a	.79	Economy 20% more competitive
Overall business environment	.77	.80	.78	Roughly 60% more receptive to entrepreneurship
Ability to incorporate new technologies and improve processes	n/a	n/a	.80	24% more agile at incorporating new technologies and improving processes
Value Added and Creativity				
Growth of high-tech sectors	.77	.80	.75	Production of up to 80% more knowledge and technology outputs
Added value of licensed software	.85	.85	.82	Twice the contribution to gross domestic product (GDP)
Online creativity	.81	.85	.84	Generates almost 3 times more online content
Innovation output	.85	.88	.86	75% more knowledge-based, technological, and creative outputs
Inventive activity	n/a	n/a	.68	Over 500 more high-value inventions
Biotech innovation	.83	.77	.78	Twice as likely to provide environments that are conducive for biotech innovation
Development of biotech therapies	n/a	.70	.75	Roughly 12 times more clinical research on biologic therapies
Cutting-edge clinical trial	n/a	.73	.76	21 times more early-phase clinical trials
Creative outputs	.80	.86	.85	62% more likely to have larger and more dynamic content and media sectors

Σχήμα. Global Innovation Policy Center, (2018)⁵²

Στον πίνακα, η ισχύς των θετικών συσχετίσεων έχει ως εξής:

- 00 έως .19: «πολύ αδύναμη».
- .20 έως .39: «αδύναμη».
- .40 έως .59: «μέτρια».
- .60 έως .79: «ισχυρή».
- .80 έως 1.0 «πολύ ισχυρή».

⁵² Global Innovation Policy Center (2018)-“The Relationship between IP Rights and Economic Activity”-Supplemental Statistical Analysis to the U.S Chamber international IP Index, Sixth Edition Published by:GIPC

3.2 Τιτλοποίηση Διανοητικής Ιδιοκτησίας (Intellectual Property Securitisation)⁵³

Σύμφωνα με τη μελέτη της Nemlioglu, (2019), το χαρτοφυλάκιο Πνευματικής Ιδιοκτησίας εφευρέθηκε αρχικά ως μία "καινοτομία" στην αγορά των κινητών αξιών, που παρέχει αρκετά πλεονεκτήματα και στα δύο μέρη μιας επένδυσης: τους δημιουργούς IP και τους επενδυτές IP. Ο όρος IP originator-δημιουργός αναφέρεται στον κάτοχο των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Ενώ, ο όρος IP investor-επενδυτής, αναφέρεται στο χρηματοπιστωτικό ίδρυμα, που έχει αρκετά δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας στο χαρτοφυλάκιο του. Τα εν λόγω πλεονεκτήματα είναι οι πληρωμές των τόκων, αλλά και οι αποσβέσεις, που εκπίπτουν πλήρως. Επίσης, όσον αφορά στην απεικόνιση αυτών στις οικονομικές καταστάσεις, θα πρέπει να αναφερθεί ότι μόνο οι πληρωμές για το δικαίωμα χρήσης της ΔΙ απεικονίζονται ως έσοδα/κέρδη στον ισολογισμό του δημιουργού. Ένα ακόμη πλεονέκτημα είναι ότι στην τιτλοποίηση της πνευματικής ιδιοκτησίας, δεν υφίσταται ο κίνδυνος της πτώχευσης, όπως συμβαίνει στα υπόλοιπα χρηματοπιστωτικά μέσα. Υπάρχουν όμως αρκετοί παράγοντες, που επηρεάζουν τη σκοπιμότητα της τιτλοποίησης της Δ. Ιδιοκτησίας. Μερικοί από αυτούς είναι: τα χαρακτηριστικά του περιουσιακού στοιχείου, η μεταβίβαση του περιουσιακού στοιχείου, η πιστωτική ενίσχυση, διάφορα νομικά ζητήματα και για τις δύο πλευρές κ.ά. Αυτοί οι παράγοντες μπορούν να αντιμετωπιστούν με σωστή συνεργασία ανάμεσα στις διοικήσεις και τα Νομικά Τμήματα των επιχειρήσεων.

Σε επίπεδο χωρών , θα πρέπει να αναφερθεί ότι οι ανεπτυγμένες χώρες ασχολούνται περισσότερο με την προστασία της ΔΙ, σε σύγκριση με τις υπό ανάπτυξη χώρες. Συνεπώς, είναι απολύτως λογικό οι ανεπτυγμένες χώρες να είναι πρωτοπόροι σε ιατρικές εφευρέσεις, τεχνολογικές εξελίξεις κ.ά., αλλά και οι κύριοι και νόμιμοι κάτοχοι των δικαιωμάτων της Πνευματικής Ιδιοκτησίας.

Οι εκάστοτε επενδυτές έχουν διαφορετικές απαιτήσεις, αναφορικά με τον κίνδυνο και την απόδοση. Άρα, ένα χαρτοφυλάκιο |ΔΙ, που περιέχει ένα ευρύ φάσμα επιλογών κινδύνου/ρίσκου-απόδοσης, μπορεί να είναι σε θέση να καλύψει τις απαιτήσεις διαφόρων επενδυτών.

Στα πλαίσια της συγκεκριμένης μελέτης Nemlioglu, (2019), διερευνήθηκε επίσης το αν θα πρέπει τελικά να τιτλοποιούνται ή όχι τα δικαιώματα της ΔΙ. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η ΔΙ είναι ένα ζήτημα, που θα πρέπει να αντιμετωπιστεί με τη συνεργασία των Νομικών και των Οικονομικών Τμημάτων των εκάστοτε επιχειρήσεων. Δεδομένου ότι τα έσοδα από τα δικαιώματα είναι αδύνατον να προβλεφθούν, υπάρχουν ορισμένοι παράγοντες που είναι δύσκολο να προβλεφθούν

⁵³ Nemlioglu, I. (2019). A novelty on unlocking businesses' potential growth: Intellectual Property Securitisation, Cardiff Business School, Cardiff University, UK

στα αρχικά στάδια κατοχύρωσης της ΔΙ και συνεπώς, δεν μπορούν να ληφθούν νομικές προφυλάξεις εξ αρχής. Επομένως, σε αυτό το σημείο η πιο σημαντική ερώτηση είναι το πώς πρέπει να γίνει η κατοχύρωση και η πώληση της ΔΙ στις εταιρείες ειδικού σκοπού (SPV-Special Purpose Vehicle), αλλά και το κατά πόσο μπορεί να χρησιμοποιηθεί η ΔΙ για την ανάπτυξη ενός χρηματοπιστωτικού μέσου. Στην εν λόγω μελέτη, γίνεται αναφορά στον Δείκτη Μετοχών Διανοητικής Ιδιοκτησίας (IPXI-Intellectual Property Stock Index). Πρόκειται για μια ανταλλαγή μεταξύ εταιρειών, που διαθέτουν μεγάλο αριθμό διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας, τα οποία αντιπροσωπεύουν αρκετά μεγάλο μέρος της αγοραίας αξίας τους. Αυτός ο δείκτης δημιουργήθηκε από την τράπεζα Ocean Tomo. Βέβαια, στη μελέτη αυτή αναφέρεται ότι θα ήταν προτιμότερο να υπάρχει μία συγκριτική αναλογία, που θα συγκρίνει τους σημαντικότερους χρηματιστηριακούς δείκτες με τον δείκτη IPXI. Η αναλογία αυτή θα είναι ο αριθμός των συναλλαγών/όγκο.

Επιπρόσθετα, στην μελέτη Nemlioglu, (2019), αναφέρεται ότι τα μειονεκτήματα της τιτλοποίησης της πνευματικής ιδιοκτησίας μπορούν να αντιμετωπιστούν με διάφορες μεθόδους, όπως είναι για παράδειγμα η μέθοδος "tranching", ή η μέθοδος "bundling". Στην πρώτη μέθοδο, ένα μερίδιο τίτλου (tranche) θα έχει μεγαλύτερη αξία έναντι των άλλων και θα προτιμάται από τους επενδυτές. Η δεύτερη μέθοδος στηρίζεται στην ιδέα ότι μεμονωμένα μέρη της πνευματικής ιδιοκτησίας έχουν συνήθως μικρότερη αξία από ότι θα είχαν αν συνδυάζονταν όλα μαζί.

3.3 Μελέτες Περίπτωσης Ελληνικών Επιχειρήσεων

Παρότι σε παγκόσμιο επίπεδο η Διανοητική Ιδιοκτησία, η κατοχύρωση και η προστασία της είναι σε αρκετά προχωρημένο στάδιο σε σύγκριση με την χώρα μας, εντοπίζουμε και στην Ελλάδα επιχειρήσεις οι οποίες κατοχυρώνουν συστηματικά την ΔΙ τους. Στην ποιοτική έρευνα που ακολουθεί επιλέχθηκαν από το πεδίο έρευνας ελληνικών επιχειρήσεων συστηματικών κατοχυρωτών, δύο ευρέως γνωστές επιχειρήσεις η ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε που δραστηριοποιείται στον κλάδο των τροφίμων αλλά και η UNI-PHARMA AEBE με κύριο αντικείμενο δραστηριοποίησης τα φάρμακα. Δύο διαφορετικές επιχειρήσεις όσο αναφορά τον κλάδο δραστηριοποίησης, οι οποίες δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στην διανοητική τους ιδιοκτησία. Σκοπός της έρευνας είναι η ενίσχυση και συμπλήρωση της θεωρίας ότι η προστασία, κατοχύρωση και επένδυση στην ΔΙ μιας εταιρείας συντελεί στην επίτευξη οικονομικού αποτελέσματος. Στις μελέτες περιπτώσεις που ακολουθούν το πρόβλημα της έρευνας είναι η καταγραφή της στρατηγικής διανοητικής ιδιοκτησίας που ακολουθούν οι συστηματικοί κατοχυρωτές ΔΙ ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε και UNI-PHARMA AEBE και στην επιβεβαίωση ή απόρριψη του αρχικού σκοπού. Η παρούσα ποιοτική έρευνα είναι ατομική καθώς διενεργήθηκε από εμένα στα πλαίσια της παρούσας διπλωματικής εργασίας.

3.3.1 ΓΙΩΤΗΣ ΑΕ

Στοιχεία Εταιρείας:

Εταιρεία: ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε.

Έδρα: Ελλάδα.

Επιχειρηματικός τομέας: Βιομηχανία Τροφίμων/Επιδορπίων/Βρεφικών φαγητών.

Κατηγορίες προϊόντων: Βρεφικές Τροφές, Προϊόντα Μαγειρικής, Προϊόντα Ζαχαροπλαστικής, Επιδόρπια, Ροφήματα & Σοκολάτες, Προϊόντα Ψυγείου, Sweet & Balance, Bio Organic, Fytro.

Αριθμός εργαζόμενων: 360

Ετήσιος Κύκλος Εργασιών: 75.000.000€

Η ελληνική βιομηχανία ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε ιδρύθηκε από τον Ιωάννη και τη Μαρία Γιώτη το 1930, με σκοπό τη δημιουργία μιας εταιρίας, η οποία θα παρέχει δυναμωτική τροφή για τα ελληνόπουλα και θα έδινε λύση σε περιόδους υποσιτισμού.⁵⁴ Τα πρώτα προϊόντα της, το Άνθος Αραβοσίτου και το Άνθος Ορύζης που εξακολουθούν μέχρι σήμερα να παράγονται από την εταιρεία, αποτέλεσαν και τα πρώτα προϊόντα της ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε προς εξαγωγή. Το Άνθος Αραβοσίτου και το Άνθος Ορύζης αποτέλεσαν καινοτομία για την τότε εποχή αφού ήταν οι πρώτες βρεφικές και παιδικές κρέμες στην Ελλάδα. Το «Άνθος Ορύζης» εκτός από πρωτοπόρο για την εποχή του θεωρείται ότι είχε και εξαιρετικά σημαντική συνεισφορά στη μείωση της παιδικής θνησιμότητας που προκαλούσε η επιδημία δυσεντερία.⁵⁵ (Μανιφάβα,2018) Η έννοια της καινοτομίας είναι απόλυτα συνυφασμένη με την ιστορία της ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε από τα πρώτα της βήματα. Μετά το Άνθος Αραβοσίτου και το Άνθος Ορύζης ακολούθησαν και άλλα καινοτόμα προϊόντα, όπως είναι το Φρουί Ζελέ την δεκαετία του 50 και η Κρέμα Καραμελέ το 1960,τα οποία αποτέλεσαν τα πρώτα σπιτικά γλυκά τα οποία μπορούσαν να παρασκευαστούν από όλους, καθώς δεν απαιτούνταν ιδιαίτερες μαγειρικές δεξιότητες, εύκολα, γρήγορα και κυρίως οικονομικά. Άλλο ένα καινοτόμο προϊόν που έφερε επανάσταση στο μέσο ελληνικό νοικοκυριό και αποτελούσε θέμα συζήτησης για πολύ καιρό μετά την κυκλοφορία του ήταν η Φαρίνα Γιώτης.⁵⁶ (Καρακώστα,2017) Στα μέσα της δεκαετίας του '60 η εταιρεία ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε δημιουργεί το πρώτο αλεύρι που φουσκώνει μόνο του τη Φαρίνα Γιώτης αλλάζοντας τα ως τότε δεδομένα της μαγειρικής στη χώρα μας. Η Φαρίνα Γιώτης σημειώνει τεράστια επιτυχία τόσο που η ονομασία «Φαρίνα» χρησιμοποιείται για όλα τα αλεύρια που φουσκώνουν μόνα τους.

Η εταιρεία συνεχίζει να καινοτομεί και δημιουργεί το 1990,τις τούρτες Γιώτης και τα έτοιμα επιδόρπια ψυγείου τα οποία αποτελούν τα πρώτα επιδόρπια για παρασκευή στο σπίτι τα οποία περιλαμβάνουν στην συσκευασία τους όλα τα υλικά. Παράλληλα,

⁵⁴ www.jotis.gr/15/el/Etairia/

⁵⁵ <https://www.kathimerini.gr/978501/gallery/oikonomia/epixeirhseis/h-etairaia-poy-glykainei-toys-ellhnes-apo-to-1930>, Μανιφάβα Δήμητρα,(2018)«Η εταιρεία που «γλυκαίνει» τους Έλληνες από το 1930», Εκδόσεις: Εφημερίδα Καθημερινή

⁵⁶ <https://www.businessnews.gr/el/prosopa/giotis-i-etairaia-poy-megalonei-genies-kai-genies-apo-1930.html>- Καρακώστα Λίλη,2017- «Γιώτης: Η εταιρία που μεγαλώνει γενιές και γενιές από το 1930»

η ΓΙΩΤΗΣ δεν παραμελεί τις παιδικές τροφές, αντιθέτως εμπλουτίζει την γκάμα με νέες προσθήκες όπως η Φαρίν Λακτέ (1972). Η ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε από τις αρχές της λειτουργίας της βασίζει την επιτυχία της, στην επένδυση στην καινοτομία και στην έμφαση στο καινούργιο. Συμμετέχει από τις αρχές του 1990 σε ερευνητικά προγράμματα (PAVE 1990, STRIDE 1991-1993, PAVE 1994, LIFE 1994, RETEX I, RETEX II, PEPER 95, SYN 96, RETEX III, PAVE 97, NUTRITION 98, PAVE 99 EPE PROGRAM-METRO 2.3, 12CHN156, 11SYN_2_1528, EPAN, EUREKA κ.α.) και έχει δημιουργήσει ξεχωριστό τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης, όπου σήμερα αποτελείται από επιστημονικό προσωπικό 13 ατόμων (χημικοί, χημικοί μηχανικοί, επιστήμονες τροφίμων και τεχνολόγοι τροφίμων), δύο εκ των οποίων διαθέτουν διδακτορικό τίτλο. Η διεύθυνση «Έρευνας και Ανάπτυξης και Διασφάλισης Ποιότητας» της ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε., έχει ως στόχο την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων με τις πλέον σύγχρονες τεχνικές, αφού η ανάπτυξη αυτών των προϊόντων έχει οδηγήσει την εταιρία σε συνεχή αύξηση των εξαγωγικών της δραστηριοτήτων και στην οικονομική της μεγέθυνση. Δεν είναι τυχαίο που από την εκδήλωση της οικονομικής κρίσης στην χώρα μας και εντεύθεν η ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε έχει συνεχή αύξηση των πωλήσεων, οι οποίες το 2008 (στην εκδήλωση της κρίσης) ανήλθαν στα 52 εκ., το 2010 στα 71,4 εκ, το 2011 στα 73,6 εκ και το 2012 στα 74,4 εκατ. Αυτή η σταθερή ανοδική πορεία συνεχίζεται ως σήμερα με τις πωλήσεις το 2019 να αγγίζουν τα 75εκ.(Εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ,2013)⁵⁷ Το τμήμα Ε&Α αποτελείται από τέσσερα εργαστήρια: Το Έρευνας & Ανάπτυξης, το ελέγχου ποιότητας, το μικροβιολογικών αναλύσεων και το ενόργανης ανάλυσης. Και τα τέσσερα είναι πλήρως εξοπλισμένα με αναλυτικά μηχανήματα τελευταίας τεχνολογίας , στα πλαίσια του πλήρη εκσυγχρονισμού της εταιρείας που έλαβε χώρα τα τελευταία δέκα έτη, με σκοπό την ανάπτυξη νέων προϊόντων αλλά και την διασφάλιση της ποιότητας⁵⁸.(Λαδίκος) Σήμερα, η ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. εκτελεί εξαγωγές και στις πέντε ηπείρους (ΗΠΑ - Καναδά, Ε.Ε., Βαλκάνια, Μέση Ανατολή, Αυστραλία και Αφρική), με τις πωλήσεις του εξωτερικού να αποτελούν το 10% των συνολικών πωλήσεων της εταιρίας, περίπου 7 εκατ. ευρώ ετησίως (Μπότα,2019). Η διοίκηση της ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε δίνει μεγάλη έμφαση στην εξαγωγική δραστηριότητα της επιχείρησης για αυτό και έχει προχωρήσει στον σχεδιασμό και στη δημιουργία κάποιων προϊόντων τα οποία παρασκευάζονται αποκλειστικά για πώληση στο εξωτερικό αφού εξυπηρετούν τις ανάγκες διαφορετικών καταναλωτικών κοινών. Τέτοια προϊόντα είναι Cake Mixes, Cocoa & Chocolate Drinks, Cooking Agents, De la crème instant pudding, Puddings, Tortas, Traditional desserts, Waffle Sticks, Mix for ice cream, Βρεφικές Κρέμες Κίνας Fytrolac, Βρεφικές Κρέμες Κίνας JOTIS και τις Βρεφικές Κρέμες Αιγύπτου Cremilac.⁵⁹

⁵⁷ <https://www.tovima.gr/2013/12/28/finance/giwtis-ypsila-meridia-stin-agora-trofimwn/> Εφημερίδα Το Βήμα,2013. «Γιώτης: Υψηλά μερίδια στην αγορά τροφίμων»

⁵⁸ www.obl.gr/OBI/Portals/0/ImagesandFiles/Files/Presentation/Day2_Ladikos_Yiotis.pdf, Dr Δημήτρης Λαδίκος «Εμπορική Εκμετάλλευση των ΔΕ από τη ΓΙΩΤΗΣ»

⁵⁹ <https://www.jotis.gr/14/el/Exagoges/>

Την ανάγκη για απόκτηση διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας για τα καινοτόμα προϊόντα της ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε., την αντιλήφθηκε η διοίκηση της το 1995 και προέβη στην πρώτη κατοχύρωση. Το πρώτο δίπλωμα ευρεσιτεχνίας που αποκτήθηκε με κωδικό 1002171, αφορά ένα Γαλακτομπούρεκο βιομηχανοποιημένο σε ημιέτοιμη μορφή, με διάρκεια ζωής 6 μήνες σε συνθήκες περιβάλλοντος και ακολούθησαν πολλές ακόμη με το στρατηγικό χαρτοφυλάκιο ευρεσιτεχνιών σήμερα, όπως φαίνεται και στον ακόλουθο πίνακα με την ιστορική διαδρομή κατοχύρωσης της εταιρείας, να φτάνει τα 34 Εθνικά διπλώματα ευρεσιτεχνίας.

Στήλη1	Στήλη2	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε.	Στήλη3	Στήλη4	Στήλη5
A/A	Αρ. χορήγησης ΟΒΙ - Ημ/νία	ΠΡΟΪΟΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΑ	ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΣ	Νομική κατάσταση	ΗΜ/ΝΙΑ ΛΗΞΗΣ
1	1002171 - 06/03/1996	ΠΡΟΙΟΝ ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΙΚΗΣ (ΓΑΛΑΚΤΟΜΠΟΥΡΕΚΟ) ΒΙΟΜΗΧΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΣΕ ΗΜΙΕΤΟΙΜΗ ΜΟΡΦΗ, ΜΕ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΖΩΗΣ ΕΞΙ (6) ΜΗΝΕΣ ΣΕ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ (2/8/2005 Έκπτωση Κύριων Τίτλων (79602))	28/1/2015
2	1002170 - 06/03/1996	ΜΠΟΥΓΑΤΣΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΣΕ ΗΜΙΕΤΟΙΜΗ ΜΟΡΦΗ, ΕΤΟΙΜΗ ΣΕ 15 ΛΕΠΤΑ ΧΩΡΙΣ ΝΑ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΨΗΣΙΜΟ ΣΤΟΝ ΦΟΥΡΝΟ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ.	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ (Ημ/νίαΕνέργειαΠεριγραφή 4/9/2006 Έκπτωση Κύριων Τίτλων (79602))	15/2/2015
3	1002434 - 16/09/1996	ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΞΥΛΑΚΙ ΣΕ ΣΧΗΜΑ ΠΑΙΔΙΚΟΥ ΗΡΩΑ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΑΝΘΡΩΠΟΥ.	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ	29/9/2015
4	1004361 - 16/10/2003	ΔΙΑΤΑΞΗ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΡΑΓΑΝΟΥ ΨΗΜΕΝΟΥ ΣΝΑΚ ΑΠΟ ΦΥΛΛΟ ΖΥΜΗΣ ΣΕ ΣΧΗΜΑ ΔΙΟΓΚΩΜΕΝΟ ΜΕ ΚΕΝΗ ΚΟΙΛΟΤΗΤΑ ΣΤΡΟΓΓΥΛΟ ΚΑΙ ΕΠΙΜΗΚΕΣ ΣΕ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΓΕΥΣΕΙΣ ΑΛΜΥΡΕΣ Η ΓΛΥΚΕΣ.	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ (6/10/2016 Έκπτωση Κύριων Τίτλων (79602))	10/3/2021
5	1004608 - 22/06/2004	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΤΙΓΜΙΑΙΟΥ ΡΟΦΗΜΑΤΟΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΩΝΤΑΣ ΣΑΝ ΒΑΣΗ ΤΟ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΕΝΕΡΓΟ ΥΔΑΤΙΚΟ ΕΚΧΥΛΙΣΜΑ ΑΠΟ ΤΟ ΤΣΑΙ ΤΟΥ ΒΟΥΝΟΥ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΑ ΤΟΥ ΕΙΔΟΥΣ SIDERITIS EUBOEA	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ (6/5/2019 Έκπτωση Κύριων Τίτλων (79602))	7/10/2023
6	1004989 - 16/09/2005	ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΑΤΟ ΚΡΕΜΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΜΕ ΦΥΤΙΚΑ ΛΙΠΑΡΑ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΑΙ ΣΤΗ ΜΑΓΕΙΡΙΚΗ, ΟΠΩΣ Η ΚΡΕΜΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ (6/2/2020 Έκπτωση Κύριων Τίτλων (79602))	26/5/2024
7	1005048 - 16/11/2005	ΒΑΣΗ ΓΙΑ ΤΟΥΡΤΕΣ ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΙΚΗΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΩΝΤΑΣ ΜΙΓΜΑ ΠΡΑΛΙΝΑΣ ΚΑΙ ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ ΣΑΝ ΣΥΝΔΕΤΙΚΟ ΙΣΤΟ, ΕΜΠΛΟΥΤΙΣΜΕΝΟ ΜΕ ΚΟΜΜΑΤΑΚΙΑ ΨΗΜΕΝΗΣ ΒΑΦΛΑΣ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ (7/12/2016 Έκπτωση Κύριων Τίτλων (79602))	26/5/2024
8	1005060 - 06/12/2005	ΗΜΙΕΤΟΙΜΗ ΤΟΥΡΤΑ ΣΕ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΓΕΥΣΕΙΣ ΜΕ ΝΕΑ ΤΡΑΓΑΝΗ ΒΑΣΗ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	12/10/2024
9	1005197 - 14/04/2006	ΜΙΓΜΑ ΓΙΑ ΚΟΡΝ ΦΛΑΟΥΡ ΣΤΙΓΜΗΣ ΜΕ ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΑΜΥΛΟ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΑΙ ΣΤΗ ΜΑΓΕΙΡΙΚΗ ΟΠΩΣ ΤΟ ΚΟΡΝ ΦΛΑΟΥΡ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	12/10/2024
10	1007056 - 10/11/2010	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΤΕΛΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΜΙΑΦΕΙΓ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ, ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ ΚΑΙ ΜΕ ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ, ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΤΟΥ ΤΕΛΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΜΙΑΦΕΙΓ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΣ 0 ΤΟΙΣ ΕΚΑΤΟ ΛΙΠΑΡΑ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	17/9/2029

11	1007057 - 10/11/2010	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΤΕΛΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΜΙΑΦΕΙΓ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ, ΧΩΡΙΣ ΣΑΚΧΑΡΑ, ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ ΚΑΙ ΜΕ ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ, ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΤΟΥ ΤΕΛΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΜΙΑΦΕΙΓ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΝΕΡΟΥ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	17/9/2029
12	1007045 - 08/11/2010	ΜΙΓΜΑ ΣΕ ΣΚΟΝΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΤΕΛΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΚΡΕΜΑΣ ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΙΚΗΣ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ, ΧΩΡΙΣ ΣΑΚΧΑΡΑ, ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ, ΜΕ ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΤΟΥ ΤΕΛΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΜΕ ΝΕΡΟ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	17/9/2029
13	1007046 - 08/11/2010	ΜΙΓΜΑ ΣΕ ΣΚΟΝΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΤΕΛΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΚΡΕΜΑΣ ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΙΚΗΣ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ, ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ ΚΑΙ ΜΕ ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ, ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΤΟΥ ΤΕΛΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΜΕ ΓΑΛΑ ΠΟΥ ΠΕΡΙΕΧΕΙ 0 ΤΟΙΣ ΕΚΑΤΟ ΛΙΠΑΡΑ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	17/9/2029
14	1007058 - 10/11/2010	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΤΕΛΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΚΕΙΚ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ, ΧΩΡΙΣ ΣΑΚΧΑΡΑ, ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ ΚΑΙ ΜΕ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΦΥΤΙΚΩΝ ΙΝΩΝ, ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΤΟΥ ΤΕΛΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΚΕΙΚ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΝΕΡΟΥ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	17/9/2029
15	1007055 - 10/11/2010	ΜΙΓΜΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΤΕΛΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΚΕΙΚ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ, ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ ΚΑΙ ΜΕ ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ, ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΤΟΥ ΤΕΛΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΚΕΙΚ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΣ 0 ΤΟΙΣ ΕΚΑΤΟ ΛΙΠΑΡΑ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	17/9/2029
16	1007052 - 10/11/2010	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΚΡΕΜΑΣ ΚΑΡΑΜΕΛΕ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ, ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ ΚΑΙ ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ, ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΚΡΕΜΑΣ ΚΑΡΑΜΕΛΕ ΜΕ ΓΑΛΑ 0 ΤΟΙΣ ΕΚΑΤΟ ΛΙΠΑΡΑ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	17/9/2029
17	1007047 - 08/11/2010	ΕΠΙΔΟΡΠΙΟ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ ΚΑΙ ΦΥΤΙΚΕΣ/ΕΛΩΔΙΜΕΣ ΙΝΕΣ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	17/9/2029
18	1007053 - 10/11/2010	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΚΡΕΜΑΣ ΚΑΡΑΜΕΛΕ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ, ΧΩΡΙΣ ΣΑΚΧΑΡΑ, ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ ΚΑΙ ΜΕ ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΚΡΕΜΑΣ ΚΑΡΑΜΕΛΕ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΝΕΡΟΥ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	17/9/2029
19	1007432 - 12/10/2011	ΣΙΡΟΠΙ ΜΕ ΓΕΥΣΗ ΚΑΚΑΟ, ΧΩΡΙΣ ΣΑΚΧΑΡΑ, ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ, ΜΕ ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	3/8/2030
20	1007435 - 17/10/2011	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΤΣΙΖΚΕΙΚ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ, ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ ΚΑΙ ΜΕ ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ, ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΤΣΙΖΚΕΙΚ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΣ 0 ΤΟΙΣ ΕΚΑΤΟ ΛΙΠΑΡΑ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	3/8/2030

21	1007438 - 17/10/2011	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΤΖΙΖΚΕΙΚ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ, ΧΩΡΙΣ ΣΑΚΧΑΡΑ, ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ ΚΑΙ ΜΕ ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ, ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΤΖΙΖΚΕΙΚ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΝΕΡΟΥ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	3/8/2030
22	1007436 - 17/10/2011	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΑΦΡΑΤΗΣ ΚΡΕΜΑΣ (ΜΟΥΣ) ΜΕ ΓΕΥΣΗ ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ, ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ ΚΑΙ ΜΕ ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ, ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΤΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΣ 0 ΤΟΙΣ ΕΚΑΤΟ ΛΙΠΑΡΑ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	3/8/2030
23	1007439 - 17/10/2011	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΑΦΡΑΤΗΣ ΚΡΕΜΑΣ (ΜΟΥΣ) ΜΕ ΓΕΥΣΗ ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ, ΧΩΡΙΣ ΣΑΚΧΑΡΑ, ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ ΚΑΙ ΜΕ ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ, ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΤΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΝΕΡΟΥ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	3/8/2030
24	1007750 - 02/11/2012	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΙΚΙΑΚΗ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΓΛΥΚΙΣΜΑΤΟΣ ΠΑΓΩΤΟΥ ΜΑΛΑΚΟΥ ΣΕΡΒΙΡΙΣΜΑΤΟΣ (ΣΟΦΤ ΣΕΡΒ) ΜΕ ΓΕΥΣΗ ΣΟΚΟΛΑΤΑ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	7/6/2031
25	1007765 - 19/11/2012	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΙΚΙΑΚΗ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΓΛΥΚΙΣΜΑΤΟΣ ΠΑΓΩΤΟΥ ΜΑΛΑΚΟΥ ΣΕΡΒΙΡΙΣΜΑΤΟΣ (ΣΟΦΤ ΣΕΡΒ) ΜΕ ΓΕΥΣΗ ΒΑΝΙΛΙΑ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	7/6/2031
26	1007777 - 07/12/2012	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΙΚΙΑΚΗ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΓΛΥΚΙΣΜΑΤΟΣ ΠΑΓΩΤΟΥ ΜΑΛΑΚΟΥ ΣΕΡΒΙΡΙΣΜΑΤΟΣ (ΣΟΦΤ ΣΕΡΒ) ΜΕ ΓΕΥΣΗ ΠΑΡΦΕ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	7/6/2031
27	1008004 - 04/10/2013	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΠΑΓΩΤΟΥ ΜΕ ΓΕΥΣΗ ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ, ΧΩΡΙΣ ΣΑΚΧΑΡΑ, ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ ΚΑΙ ΜΕ ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ, ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΠΑΓΩΤΟΥ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΝΕΡΟΥ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	3/7/2032
28	1008003 - 04/10/2013	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΠΑΓΩΤΟΥ ΜΕ ΓΕΥΣΗ ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ, ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ ΚΑΙ ΜΕ ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ, ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΠΑΓΩΤΟΥ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΣ 0% ΛΙΠΑΡΑ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	3/7/2032
29	1007993 - 26/09/2013	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΠΑΓΩΤΟΥ ΜΕ ΓΕΥΣΗ ΒΑΝΙΛΙΑ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ, ΧΩΡΙΣ ΣΑΚΧΑΡΑ, ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ ΚΑΙ ΜΕ ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ, ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΠΑΓΩΤΟΥ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΝΕΡΟΥ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	3/7/2032

30	1008011 - 18/10/2013	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΜΠΑΡΑ ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΩΝ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ, ΧΑΜΗΛΟΥ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟΥ ΔΕΙΚΤΗ, ΧΩΡΙΣ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΖΑΧΑΡΗΣ, ΜΕ ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ, ΚΑΝΕΛΑ, Β-ΓΛΟΥΚΑΝΗ, ΕΜΠΛΟΥΤΙΣΜΕΝΗ ΜΕ ΒΙΤΑΜΙΝΗ Α ΚΑΙ ΒΙΤΑΜΙΝΗ D ΚΑΙ ΜΕ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΓΛΥΚΟΣΙΔΩΝ ΣΤΕΒΙΟΛΗΣ ΩΣ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΟΥ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	3/7/2032
31	1007994 - 26/09/2013	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΧΑΛΒΑ ΜΕ ΣΙΜΙΓΔΑΛΙ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ, ΧΩΡΙΣ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΖΑΧΑΡΗΣ, ΜΕ ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ, ΧΑΜΗΛΟΥ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟΥ ΔΕΙΚΤΗ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	3/7/2032
32	1007995 - 26/09/2013	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΠΑΓΩΤΟΥ ΜΕ ΓΕΥΣΗ ΒΑΝΙΛΙΑ ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ, ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ ΚΑΙ ΜΕ ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ, ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΠΑΓΩΤΟΥ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΣ 0% ΛΙΠΑΡΑ	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	3/7/2032
33	1008343 - 03/11/2014	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΙΚΙΑΚΗ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΠΑΓΩΤΟΥ ΠΑΓΩΜΕΝΟΥ ΠΛΑΟΥΡΤΙΟΥ (ΦΡΟΖΕΝ ΓΙΟΓΚΟΥΡΤ) ΜΑΛΑΚΟΥ ΣΕΡΒΙΡΙΣΜΑΤΟΣ (ΣΟΦΤ ΣΕΡΒ) (ΜΙΓΜΑ ΓΙΑ ΠΑΓΩΤΟ ΦΡΟΖΕΝ ΓΙΟΓΚΟΥΡΤ)	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	28/6/2033
34	1008344 - 03/11/2014	ΣΥΝΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΙΚΙΑΚΗ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΠΑΓΩΤΟΥ ΜΑΛΑΚΟΥ ΣΕΡΒΙΡΙΣΜΑΤΟΣ (ΣΟΦΤ ΣΕΡΒ) ΜΠΙΣΚΟΤΟ ΚΑΙ ΚΡΕΜΑ (ΚΟΥΚΙΣ ΚΑΙ ΚΡΙΜ) (ΜΙΓΜΑ ΓΙΑ ΠΑΓΩΤΟ ΜΕ ΓΕΥΣΗ ΚΟΥΚΙΣ ΚΑΙ ΚΡΙΜ)	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΙΣΧΥΟΝ	29/6/2033

Πήγη: www.obi.gr

Η εταιρεία διατηρεί συνεχή εξαγωγική δραστηριότητα σε πάνω από 20 χώρες και για αυτό στρατηγικά επιλέγει κάποια προϊόντα με μεγάλη απήχηση στο εξωτερικό να τα κατοχυρώσει με διεθνή ΔΕ. Τέτοια παραδείγματα είναι: το Low GI Liquid or semi-liquid product and method με κωδικό ΔΕ WO2013/091668 A1, αλλά και η μέθοδος προετοιμασίας του καθώς και η διάσημη σειρά Sweet Balance, που έχουν κατοχυρωθεί με ΔΕ στον WIPO.

Οι καταναλωτικές τάσεις αποτελούσαν πάντα πηγή έμπνευσης για νέα προϊόντα και πηγές σχεδιασμού του business plan της ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. Έτσι όπως η τάση για «εύκολα και γρήγορα γλυκά στο σπίτι» οδήγησε την εταιρεία στην δημιουργία των επιτυχημένων Φρουί Ζελέ και Κρέμα Καραμελέ μια νέα καταναλωτική τάση στις αρχές του 2010 οδήγησε στην δημιουργία μιας από των πιο επαναστατικών σειρών της ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. Η τάση των καταναλωτών για functional προϊόντα, σε συνδυασμό με την παγκόσμια τάση για υγιεινή διατροφή και την ανάγκη για προϊόντα με χαμηλό γλυκαιμικό δείκτη, όχι μόνο από ομάδες που αντιμετωπίζουν πρόβλημα υγείας (π.χ διαβητικοί), αλλά και από μια ευρύτερη ομάδα καταναλωτών που αποφεύγει τη ζάχαρη, οδήγησε την ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. στην δημιουργία μιας σειράς που θα κάλυπτε αυτή την ανάγκη της αγοράς. Μετά από κλινικές μελέτες οι οποίες διενεργήθηκαν σε διάφορα νοσοκομεία και κλινικές της χώρας (Α' Παιδιατρική Κλινική Πανεπιστημίου Αθηνών, Παθολογική Κλινική Πανεπιστημίου Αθηνών, Μονάδα Ενδοκρινολογίας, Μεταβολισμού και Διαβήτη του «Ευγενίδειου Θεραπευτηρίου» του Παν.Αθηνών και Γεωπονικό Παν.Αθηνών-Διαβητολογικό Κέντρο Νοσοκομείου Νίκαιας) δημιούργησε την σειρά sweet balance η οποία κάλυπτε τις ειδικές ανάγκες

του καταναλωτικού κοινού με μια σειρά από γευστικά και συγχρόνως υγιεινά επιδόρπια.⁶⁰ (Λαδίκος) Η σειρά sweet balance είναι η μοναδική σειρά (17 διαφορετικά προϊόντα) επιδορπίων χωρίς ζάχαρη, με χαμηλό γλυκαιμικό δείκτη και φορτίο, χαμηλά λιπαρά, φυτικές ίνες και λίγες θερμίδες. Μέχρι την κυκλοφορία της σειράς δεν υπήρχε κάτι παρόμοιο παγκοσμίως παρά μόνο μεμονωμένα προϊόντα που πληρούσαν όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά. Έτσι η εταιρία προχώρησε, όχι μόνο στην εθνική (ΟΒΙ) αλλά και στη διεθνή κατοχύρωση (WIPO) της σειράς με Δ.Ε. Η ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. δικαιώθηκε για αυτή της την επιλογή, αφού σύμφωνα με τον Διευθυντή Ανάπτυξης, Ποιότητας και Εφοδιασμού Dr.Λαδικό Δημήτρη «στα πρώτα 2 έτη (2010-2011) μόνο κυκλοφορίας της σειράς, η εταιρία πέτυχε 38% υψηλότερες πωλήσεις από τον αρχικό στόχο, έγινε αποδεκτή από όλα τα εμπλεκόμενα κανάλια (ιατρική κοινότητα, διαιτολόγοι, δημοσιογράφοι, influencer κ.λ.π.) και επηρεάστηκε θετικά η εικόνα της ΓΙΩΤΗΣ γενικά (Ερευνα Explorer 2012)». Η σειρά κατοχυρώθηκε την χρονία 2010-2011.⁶¹(Λαδίκος,2018)

Την ίδια χρονιά και μετά την κυκλοφορία της σειράς Sweet Balance και την μεγάλη εμπορική επιτυχία της, η ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. συνειδητοποιεί τις ευκαιρίες εκμετάλλευσης της καταναλωτικής τάσης προς το “healthy eating” και την ανάγκη δημιουργίας μιας σειράς υγιεινών προϊόντων η οποία θα συμβαδίζει με τις εξελίξεις της επιστήμης και θα ανταποκρίνεται στις ανάγκες των καταναλωτών. Αποφασίζει ότι αντί να αναπτύξει δικά της προϊόντα σε ένα εύρος που δεν είναι ο τομέας δραστηριοποίησης της (π.χ δημητριακά, ζυμαρικά, ρύζι, πλιγούρι, κινόα κ.ά.) και να επωμιστεί τα κόστη ανάπτυξης και προστασίας ευρεσιτεχνίας και trademark να εξαγοράσει κάποια εταιρία, με τη διανοητική της ιδιοκτησίας, που θα εμπλούτιζε την γκάμα της και θα ικανοποιούσε μεγαλύτερο φάσμα της ανάγκης για “healthy eating”. Έτσι το 2009⁶² (Καρακώστα,2017), προχωρά στην εξαγορά της Fytro και της Bio-Organic, που παράγουν προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας και βιολογικά αντίστοιχα, διευρύνοντας το χαρτοφυλάκιο της και εξυπηρετώντας περαιτέρω την καταναλωτική τάση για υγιεινή διατροφή.⁶³(Μανιφάβα,2018) Προσθέτοντας έτσι στην γκάμα της τα εμπορικά σήματα και των δύο εταιρειών και καλύπτοντας την καταναλωτική ανάγκη για φυσικά, λειτουργικά και ευεργετικά οφέλη στον οργανισμό και στην ποιότητα ζωής γενικότερα.⁶⁴(Καρακώστα,2017)

Κατά την διαδικασία της κατοχύρωσης, η ΓΙΩΤΗΣ και προκειμένου να καταγράψει τις αξιώσεις των ευρεσιτεχνιών και το κομμάτι της περιγραφής, συνεργάζεται στενά

⁶⁰ www.obi.gr/OBI/Portals/0/ImagesandFiles/Files/Presentation/Day2_Ladikos_Yiotis.pdf, Dr Δημήτρης Λαδίκος «Εμπορική Εκμετάλλευση των ΔΕ από τη ΓΙΩΤΗΣ»

⁶¹ www.obi.gr/OBI/Portals/0/ImagesandFiles/Files/Presentation/Day2_Ladikos_Yiotis.pdf, Dr Δημήτρης Λαδίκος «Εμπορική Εκμετάλλευση των ΔΕ από τη ΓΙΩΤΗΣ»

⁶² <https://www.businessnews.gr/el/prosopa/giotis-i-etairia-poy-megalonei-genies-kai-genies-apo-1930.html> - Γιώτης: Η εταιρία που μεγαλώνει γενιές και γενιές από το 1930»,02/09/2017

⁶³ <https://www.kathimerini.gr/978501/gallery/oikonomia/epixeirhseis/h-etairia-poy-glykainei-toys-ellhnes-apo-to-1930>, Μανιφάβα Δήμητρα,(2018)«Η εταιρεία που «γλυκαίνει» τους Έλληνες από το 1930», Εκδόσεις: Εφημερίδα Καθημερινή

⁶⁴ <https://www.businessnews.gr/el/prosopa/giotis-i-etairia-poy-megalonei-genies-kai-genies-apo-1930.html> - Καρακώστα Λίλη,2017 «Γιώτης: Η εταιρία που μεγαλώνει γενιές και γενιές από το 1930»

με τον OBI. Ωστόσο, η διοίκηση της εταιρίας κρίνει τις διαδικασίες αργές. Συνεχίζει όμως και διαλέγει αυτή την πρακτική, καθώς η κατοχύρωση και η προστασία με ΔΕ των καινοτομιών της ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε, της έχει επιτρέψει, ενώ λειτουργεί σε ένα άκρως ανταγωνιστικό περιβάλλον με πολυεθνικές κολοσσούς, να μπορεί να τους ανταγωνίζεται και σε αρκετές κατηγορίες να κατέχει και ηγετική θέση.

Η Στρατηγική κατοχύρωσης της εταιρίας κάθε άλλο παρά αμυντική μπορεί να χαρακτηριστεί, αφού η διαδικασία προστασίας ξεκινάει μόλις το τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης, ξεκινήσει την ανάπτυξη ενός νέου καινοτόμου προϊόντος. Εκτός από τις Ευρεσιτεχνίες, η ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. προστατεύει τα προϊόντα της κατοχυρώνοντας και trademark. Η πρώτη κατάθεση αίτησης trademark έγινε στο Άνθος Αραβοσίτου στις 21/02/1973 και η ημερομηνία κατοχύρωσης του είναι στις 18/05/1974. Το Άνθος Αραβοσίτου είναι ακόμη και σήμερα ένα από τα βασικά προϊόντα της εταιρίας, που επιφέρει κέρδη και για αυτό και η προστασία του εμπορικού σήματος του ανανεώνεται συνέχεια και προστατεύεται έως σήμερα (Ανανεώσεις: 1983, 1992, 2003, 2013 έως 2023). Στις 21/02/1973 κατοχυρώθηκε και το BAKING POWDER ΓΙΩΤΗΣ το οποίο ανανεώθηκε εξίσου αρκετές φορές (1992, 2003) όμως η προστασία του έληξε στις 21/02/2013 και εκ τότε δεν ανανεώθηκε.⁶⁵

Η διοίκηση της εταιρίας γνωρίζει πολύ καλά ότι στον κλάδο των τροφίμων η αντιγραφή είναι κάτι πολύ εύκολο και αποτελεί συχνή πρακτική μεταξύ ανταγωνιστών για αυτό συνεχίζει να δίνει τεράστια έμφαση στην πνευματική της ιδιοκτησία, αφού στην προστασία της βασίζεται ένα μεγάλο κομμάτι της επιτυχίας της. Σε περιπτώσεις εξαγορών (π.χ Fytro), η εταιρία προβαίνει πάντα στον τυπικό έλεγχο, για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας της αποκτηθείσας εταιρείας. Το πρώτο εξάμηνο του 2018, προχώρησε σε δύο ακόμη εξαγορές, με σκοπό πάντα την επέκταση σε νέες αγορές και νέες κατηγορίες προϊόντων της βουλγάρικης Royal TM και της Ελληνικής γαλακτοβιομηχανίας «ΣΤΑΜΟΥ» με το διάσημο κατοχυρωμένο εμπορικό σήμα.

Τέλος σε ότι αφορά την διανοητική ιδιοκτησία που «χειρίζονται» οι εργαζόμενοι της ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε η διοίκηση της εταιρείας προκειμένου να προστατέψει την ιδιοκτησία της επισυνάπτει συμφωνίες διαφύλαξης απορρήτου πληροφοριών με τους εργαζόμενους και φροντίζει να ισχύει η απαγόρευση αναδημοσίευσης σε όλα τα εταιρικά έγγραφα.

3.3.2 UNI-PHARMA ABEE

Στοιχεία Εταιρείας:

Εταιρεία: UNI-PHARMA ABEE του Ομίλου Φαρμακευτικών Επιχειρήσεων Τσέτη (ΟΦΕΤ).

⁶⁵ <https://www.tmdn.org/tmview/welcome.html?lang=el>

Έδρα: Ελλάδα.

Επιχειρηματικός τομέας: Φαρμακοβιομηχανία.

Κατηγορίες προϊόντων: Αναλγητικά, αντι-μολυσματικά, αντιβηχικά, αντιδιαβητικά, αντιεπιληπτικά, αντιλοιμώδη, δερματολογικά σκευάσματα, εντομοαπωθητικά, ιατροτεχνολογικά, συμπληρώματα διατροφής, αγγειοπροστατευτικά, αντιαναιμικά, διουρητικά, τονωτικά ψυχοδιεγερτικά και νοοτρόπα, ορμονικά σκευάσματα, αντικαταθλιπτικά, αντιδιαβητικά, αντισταμινικά και φάρμακα μεγαλοβλαστικών αναιμιών.

Αριθμός εργαζόμενων: 270 άτομα.

Ετήσιος Κύκλος Εργασιών: 62.200.000€.

Η UNI-PHARMA ABEE είναι μια αμιγώς ελληνική εταιρεία παραγωγής φαρμάκων του Ομίλου Φαρμακευτικών Επιχειρήσεων Τσέτη (ΟΦΕΤ). Ιδρύθηκε από τον Κλέωνα Τσέτη, ένα φαρμακοποιό από την Άρτα, ο οποίος εγκατέλειψε την Άρτα για να μεταβεί στην Αθήνα, με σκοπό την παρασκευή μιας νέας φαρμακοτεχνικής μορφής, που μετέτρεπε δισκία σε διάλυμα με σταγόνες, τα οποία χορηγούνταν σε μικρά παιδιά που υπέφεραν από κολικούς. Ο σκοπός του επιτεύχθηκε τον πρώτο κιόλας χρόνο (1967), όπου ο Τσέτης σύστησε στην αγορά την φαινοβαρβιτάλη, ως πόσιμο διάλυμα, το LUMIDROPS®, καθώς και έναν συνδυασμό φαινοβαρβιτάλης και οματροπίνης, το NOVALUMINE® (ηρεμιστικό και σπασμολυτικό). Μερικά έτη αργότερα, το 1977, η εταιρεία δημιουργεί το φάρμακο που την εδραίωσε στο κλάδο, το παγκοσμίως γνωστό SALOSPIR®, το πρώτο προϊόν ακετυλοσαλικυλικού οξέος, που κυκλοφόρησε στην Ε.Ε σε μορφή δισκίων με εντεροδιαλυτή επικάλυψη. Ακολούθησαν και άλλα φάρμακα-«επιτεύγματα», όπως το T4®, φάρμακο για τη θεραπεία παθήσεων του θυρεοειδούς αδένος το 1990 και το APOTEL® το 1992. Το APOTEL® ήταν το πρώτο παγκοσμίως ενέσιμο σκεύασμα παρακεταμόλης, βάσει μεθόδου διαλυτοποίησης της παρακεταμόλης, που ανέπτυξε η UNI-PHARMA AEBE⁶⁶.

Η τεράστια επιτυχία της UNI-PHARMA, οφειλόταν τόσο στην οξυδέρκεια του ιδιοκτήτη της και στο όραμα του να καθιερώσει την επιχείρηση του και εκτός συνόρων, όσο και στην συνειδητοποίηση ότι η καινοτομία και η μοναδικότητα των προϊόντων και των μεθόδων παρασκευής (όπως των προϊόντων που αναφέραμε παραπάνω LUMIDROPS, SALOSPIR κτλπ), ήταν οι πηγές της επιτυχίας και για αυτό έπρεπε και να προστατευτούν. Από την στιγμή της ίδρυσης της έως σήμερα η UNI-PHARMA AEBE έχει συνεχή εμπειρία σε θέματα ΔΙ. Αρχικά σε μια προσπάθεια ισχυροποίησης της εταιρικής της ταυτότητας η UNI-PHARMA AEBE κατοχυρώνει το εμπορικό σήμα της το οποίο περιλαμβάνει τον λογότυπο και την επωνυμία UNI-PHARMA στις 04.09.1976. Ύστερα το 1982, ο Τσέτης αιτείται στον ΟΒΙ για το πρώτο δίπλωμα ευρεσιτεχνίας της επιχείρησης του για την «διαδικασία

⁶⁶ <https://www.healthview.gr/42579/uni-pharma-me-to-uni-apo-to-universal-mia-elliniki-eteria-apo-to-mellon-pou-kitazi-ton-kosmo>

δια την παρασκευήν του βασικού άλατος του αργιλίου μετά θετικής σακχαρόζης» και από τότε εντάσσεται στην στρατηγική της επιχείρησης η προστασία της ΔΙ της. Υιοθετεί από τα πρώτα βήματα της εταιρείας μια στρατηγική κατοχύρωσης που κάθε άλλο παρά ριψοκίνδυνη ή αμυντική μπορεί να χαρακτηριστεί. Αυτή η στρατηγική ακολουθείται ακόμη και σήμερα από την επιχείρηση η οποία όχι μόνο δεν σταμάτησε να κατοχυρώνει αλλά αύξησε και τον ρυθμό κατοχύρωσης (1982: 1 ΔΕ 2019: 5 ΔΕ) όπως φαίνεται και από τον πίνακα που ακολουθεί:

Στήλη1	Στήλη2	UNIPHARMA ΑΕΒΕ	Στήλη3	Στήλη4	Στήλη5
Α/Α	Αρ. χορήγησης ΟΒΙ - Ημ/νία	ΠΡΟΪΟΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΑ	ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΣ	Νομική κατάσταση	ΗΜ/ΝΙΑ ΛΗΞΗΣ
1	69537 - 29/06/1982	ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΔΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΝ ΤΟΥ ΒΑΣΙΚΟΥ ΑΛΑΤΟΣ ΤΟΥ ΑΡΓΙΛΙΟΥ ΜΕΤΑ ΘΕΙΚΗΣ ΣΑΚΧΑΡΟΖΗΣ	ΤΣΕΤΗΣ ΚΛΕΩΝΑΣ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ	5/5/2002
2	871302 - 28/08/1987	(1-AMINO-3-((2-(ΔΙΑΜΙΝΟ-ΜΕΘΥΛΕΝ)ΑΜΙΝΟ-4(ΘΕΙΑΖΟΛΥΛ)ΜΕΘΥΛ)ΠΡΟΠΥΛΕΝ) ΣΟΥΛΦΑΜΙΔΑ Η ΦΑΜΟΤΙΔΙΝΕ	ΤΣΕΤΗΣ Θ. ΚΛΕΩΝΑ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ	21/8/2007
3	871303 - 28/08/1987	9-(2-ΥΔΡΟΞΥ-ΑΙΘΟΞΥ-ΜΕΘΥΛ)ΓΟΥΑΝΙΝΗΣ Η ACYCLOVIR.	ΤΣΕΤΗΣ Θ. ΚΛΕΩΝΑΣ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ	21/8/2007
4	871510 - 08/10/1987	ΣΤΑΘΕΡΑ ΥΔΑΤΙΚΑ ΕΝΕΣΙΜΑ ΔΙΑΛΥΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΑΡΑΚΕΤΑΜΟΛΗΣ.	ΤΣΕΤΗΣ ΚΛΕΩΝΑΣ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ(11/5/1995 Έκπτωση Κύριων Τίτλων (79602)	ΜΗ ΔΙΑΘΕΣΙΜΟ
5	871551 - 16/10/1987	9-(2-ΥΔΡΟΞΥ - ΑΙΘΟΞΥ - ΜΕΘΥΛ) ΓΟΥΑΝΙΝΗΣ Η ACYCLOVIR.	ΤΣΕΤΗΣ ΚΛΕΩΝ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ(14/6/1995 Έκπτωση Κύριων Τίτλων (79602)	9/10/2007
6	1000201 - 23/05/1991	ΜΕΘΟΔΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΤΟΥ 1-ΚΥΚΛΟΠΡΟΠΥΛΟ-6-ΦΘΟΡΟ-1,4-ΔΙΥΔΡΟ-4-ΟΞΟ-7ΚΙΝΟΛΙΝΟ-3-ΚΑΡΒΟΞΥΛΙΚΟΥ ΟΞΕΟΣ ΔΟΜΙΚΟΥ ΛΙΘΟΥ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΤΩΝ 1-ΚΥΚΛΟΠΡΟΠΥΛΟ-6-ΦΘΟΡΟ-1,4-ΔΙΥΔΡΟ-4-ΟΞΟ-7-ΠΙΠΕΡΑΖΙΝΟ-ΚΙΝΟΛΙΝΟ 3ΚΑΡΒΟΞΥΛΙΚΩΝ ΟΞΕΩΝ	ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ(9/2/1995 Έκπτωση Κύριων Τίτλων (79602)	24/6/2008
7	2000974 - 07/04/1992	ΝΕΟ ΜΑΓΓΕΡΙΚΟ ΑΛΑΤΙ ΜΕ ΜΕΙΩΜΕΝΗ ΠΕΡΙΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΝΑΤΡΙΟ.	ΤΣΕΤΗΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΚΑΙ ΘΕΟΔΩΡΟΣ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ	19/3/1998

8	1001523 - 28/01/1994	ΕΝΕΣΙΜΑ ΔΙΑΛΥΜΑΤΑ ΤΟΥ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΥ ΠΑΡΑΚΕΤΑΜΟΛΗΣ ΚΑΙ ΚΩΔΕΙΝΗΣ.	UNI-PHARMA - ΤΣΕΤΗΣ ΚΛΕΩΝ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ	5/7/2011
9	1002731 - 04/07/1997	ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΝΕΣΙΜΑ ΔΙΑΛΥΜΑΤΑ ΠΕΡΙΕΧΟΝΤΑ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΥΣ ΠΑΡΑΚΕΤΑΜΟΛΗΣ ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΙΚΕΣ ΟΥΣΙΕΣ.	UNI-PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ	22/10/2016
10	1003607 - 26/06/2001	ΣΚΕΥΑΣΜΑ ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΟΥ ΑΛΑΤΟΣ ΜΕ ΜΕΙΩΜΕΝΗ ΠΕΡΙΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΧΛΩΡΙΟΥΧΟ ΝΑΤΡΙΟ ΚΑΙ ΕΜΠΛΟΥΤΙΣΜΕΝΟ ΜΕ ΑΛΑΤΑ ΜΑΓΝΗΣΙΟΥ, ΚΑΛΙΟΥ ΚΑΙ ΑΣΒΕΣΤΙΟΥ	UNI-PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ(2/4/2019 Λήξη Προστασίας Τίτλων (79600))	2/4/2019
11	1004016 - 10/10/2002	ΑΝΑΒΡΑΖΟΝΤΑ ΔΙΣΚΙΑ, ΠΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΥΝ ΩΣ ΔΡΑΣΤΙΚΟ ΣΥΣΤΑΤΙΚΟ ΣΥΜΠΛΟΚΕΣ ΕΝΩΣΕΙΣ ΣΙΔΗΡΟΥ, ΓΙΑ ΤΗΝ ΘΕΡΑΠΕΙΑ ΤΩΝ ΣΙΔΗΡΟΠΕΝΙΚΩΝ ΑΝΑΙΜΙΩΝ	UNI-PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ, ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ	ΙΣΧΥΟΝ	18/7/2020
12	1004015 - 10/10/2002	ΑΝΑΒΡΑΖΟΝΤΑ ΔΙΣΚΙΑ Η ΚΟΚΚΙΑ ΤΗΣ ΔΙ-ΝΑΤΡΙΟΥΧΟΥ ΕΠΙΔΡΟΝΑΤΗΣ (DISODIUM EPIDRONATE) ΓΙΑ ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ	UNI-PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ, ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ	ΙΣΧΥΟΝ	18/7/2020
13	1003969 - 14/08/2002	ΣΤΑΘΕΡΑ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΔΙΑΛΥΜΑΤΑ ΝΙΜΕΣΟΥΛΙΔΗΣ.	ΤΣΕΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ	Έκπτωση Κύριων Τίτλων (79602))	6/2/2021
14	1004109 - 16/01/2003	ΕΝΕΣΙΜΑ ΔΙΑΛΥΜΑΤΑ ΠΑΡΑΚΕΤΑΜΟΛΗΣ ΚΑΙ ΚΑΡΙΣΟΠΡΟΔΟΛΗΣ Η ΚΑΙ ΠΑΡΑΚΕΤΑΜΟΛΗΣ ΚΑΙ ΚΙΤΡΙΚΗΣ ΟΡΦΕΝΑΔΡΙΝΗΣ	UNI PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ(2/4/2019 Λήξη Προστασίας Τίτλων (79600))	2/4/2019

15	1004951 - 28/07/2005	ΣΤΟΜΑΤΟΔΙΑΣΠΕΡΩΜΕΝΑ ΔΙΣΚΙΑ ΦΛΟΥΟΞΕΤΙΝΗΣ Ή ΚΑΙ ΑΛΛΑΤΩΝ ΑΥΤΗΣ	ΤΣΕΤΗΣ ΚΛΕΩΝΑΣ	ΙΣΧΥΟΝ	31/7/2023
16	1004950 - 28/07/2005	ΑΝΑΒΡΑΖΟΝΤΑ ΔΙΣΚΙΑ ΦΛΟΥΟΞΕΤΙΝΗΣ Η ΚΑΙ ΑΛΛΑΤΩΝ ΑΥΤΗΣ	UNI-PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ	ΙΣΧΥΟΝ	31/7/2023
17	1006104 - 15/10/2008	ΣΤΑΘΕΡΑ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΔΙΑΛΥΜΑΤΑ ΑΣΕΚΛΟΦΕΝΑΚΗΣ	ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΤΣΕΤΗΣ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ(2/2/2012 Έκπτωση Κύριων Τίτλων (79602))	10/7/2027
18	1005814 - 06/02/2008	ΑΝΑΒΡΑΖΟΝΤΑ ΔΙΣΚΙΑ ΣΙΤΑΛΟΠΡΑΜΗΣ Η ΚΑΙ ΑΛΛΑΤΩΝ ΑΥΤΗΣ	UNI-PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ(Έκπτωση Κύριων Τίτλων (79602) 2/01/2011)	8/11/2026
19	1006148 - 10/11/2008	ΑΝΑΒΡΑΖΟΝΤΑ ΔΙΣΚΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΒΡΑΖΟΝΤΑ ΚΟΚΚΙΑ ΠΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΥΝ ΤΡΥΓΙΚΗ ΚΑΡΝΙΤΙΝΗ	UNI-PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ, ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ (2/7/2014 Έκπτωση Κύριων Τίτλων (79602))	8/12/2027
20	1007212 - 15/03/2011	ΝΕΑ ΣΤΑΘΕΡΗ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΥΔΡΟΧΛΩΡΙΚΗΣ ΒΗΤΑ-ΙΣΤΙΝΗΣ	UNI-PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ με δ.τ. "UNI-PHARMA ΑΒΕΕ"	ΙΣΧΥΟΝ	8/12/2029
21	1007236 - 08/04/2011	ΝΕΑ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΚΟΚΚΙΩΝ Ν - ΑΚΕΤΥΛΟΚΥΣΤΕΪΝΗΣ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΑΥΤΩΝ	UNI-PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ με δ.τ. "UNI-PHARMA ΑΒΕΕ"	ΙΣΧΥΟΝ	8/12/2029

22	1007225 - 30/03/2011	ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΝΤΕΡΟΔΙΑΛΥΤΩΝ ΔΙΣΚΙΩΝ ΤΡΙΪΔΡΙΚΟΥ ΑΣΠΑΡΤΙΚΟΥ ΥΔΡΟΧΛΩΡΙΚΟΥ ΜΑΓΝΗΣΙΟΥ	UNI-PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ με δ.τ. "UNI-PHARMA ΑΒΕΕ"	ΙΣΧΥΟΝ	8/12/2029
23	1007237 - 08/04/2011	ΝΕΑ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΣΤΑΘΕΡΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗΣ ΣΥΝΘΕΣΗΣ ΕΠΙΚΑΛΥΜΜΕΝΩΝ ΜΕΓΑΣΤΡΟΑΝΘΕΚΤΙΚΟ ΥΜΕΝΙΟ ΕΝΤΕΡΟΔΙΑΛΥΤΩΝ ΔΙΣΚΙΩΝ ΑΚΕΤΥΛΟΣΑΛΙΚΥΛΙΚΟΥ ΟΞΕΟΣ	UNI-PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ με δ.τ. "UNI-PHARMA ΑΒΕΕ"	ΙΣΧΥΟΝ	8/12/2029
24	1007214 - 15/03/2011	ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΜΑΣΩΜΕΝΩΝ ΔΙΣΚΙΩΝ ΠΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΥΝ ΣΥΜΠΛΟΚΕΣ ΕΝΩΣΕΙΣ ΤΡΙΣΘΕΝΟΥΣ ΣΙΑΗΡΟΥ	UNI-PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ με δ.τ. "UNI-PHARMA ΑΒΕΕ"	ΙΣΧΥΟΝ	8/12/2029
25	1007213 - 15/03/2011	ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ ΝΑΤΡΙΟΥΧΟΥ ΛΕΒΟΘΥΡΟΪΝΗΣ	UNI-PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ με δ.τ. "UNI-PHARMA ΑΒΕΕ"	ΙΣΧΥΟΝ	8/12/2029
26	1007299 - 06/06/2011	ΠΡΩΤΟΤΥΠΗ ΑΝΑΒΡΑΖΟΥΣΑ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΥΔΡΟΧΛΩΡΙΚΗΣ ΜΕΤΦΟΡΜΙΝΗΣ ΜΕ ΤΗ ΜΟΡΦΗ ΔΙΣΚΙΟΥ	UNI-PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ με δ.τ. "UNI-PHARMA ΑΒΕΕ"	ΙΣΧΥΟΝ	25/3/2030
27	1007315 - 14/06/2011	ΥΠΟΜΟΡΦΗ ΠΑΡΕΝΤΕΡΙΚΗΣ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΣΥΝΘΕΣΗ ΠΟΥ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ ΤΡΑΜΑΔΟΛΗ ΗCl ΚΑΙ ΠΑΡΑΚΕΤΑΜΟΛΗ	UNI-PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ με δ.τ. "UNI-PHARMA ΑΒΕΕ"	ΙΣΧΥΟΝ	20/4/2030
28	1007316 - 14/06/2011	ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΔΙΣΚΙΩΝ ΑΝΘΡΑΚΙΚΟΥ ΑΣΒΕΣΤΙΟΥ	UNI-PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ με δ.τ. "UNI-PHARMA ΑΒΕΕ"	ΙΣΧΥΟΝ	1/6/2030

29	1007337 - 05/07/2011	ΑΝΑΒΡΑΖΟΥΣΑ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΠΟΥ ΠΕΡΙΕΧΕΙ ΠΑΡΑΚΕΤΑΜΟΛΗ ΚΑΙ ΟΡΦΕΝΑΔΡΙΝΗ	UNI-PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ με δ.τ. "UNI-PHARMA ΑΒΕΕ"	ΙΣΧΥΟΝ	25/6/2030
30	1008308 - 02/10/2014	ΤΟΠΙΚΕΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΙΑΤΡΟΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΣΥΝΘΕΣΕΙΣ ΠΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΥΝ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΥΣ ΣΟΥΚΡΑΛΦΑΤΗΣ, ΥΑΛΟΥΡΟΝΙΚΟΥ ΟΞΕΟΣ, ΑΡΓΙΝΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΝΟΣ ΦΥΣΙΚΟΥ ΕΝΥΔΑΤΙΚΟΥ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑ	UNI-PHARMA ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ με δ.τ. "UNI-PHARMA ΑΒΕΕ"	ΙΣΧΥΟΝ	1/6/2033
31	1008373 - 16/12/2014	ΜΟΝΟΔΟΣΟΜΕΤΡΙΚΟ ΔΙΑΛΥΜΑ ΦΡΟΝΤΙΔΑΣ ΦΑΚΩΝ ΕΠΙΦΗΣ	ΤΣΕΤΗ ΙΟΥΛΙΑ	ΙΣΧΥΟΝ	4/7/2033
32	2003027 - 21/10/2014	ΣΥΝΘΕΤΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΟΦΘΑΛΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΛΥΑΠΛΟΥΣΚΟΠΟΥ	ΙΟΥΛΙΑ ΚΑΙ ΕΙΡΗΝΗ ΤΣΕΤΗ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ Α.Β.Ε.Ε.	ΙΣΧΥΟΝ	13/6/2021
33	1008759 - 27/04/2016	ΣΥΝΘΕΣΕΙΣ ΥΠΟ ΜΟΡΦΗ ΑΦΡΟΥ (CONDITIONER) ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΩΝ ΔΟΝΤΙΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΟΥΛΩΝ	ΙΟΥΛΙΑ ΚΑΙ ΕΙΡΗΝΗ ΤΣΕΤΗ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ Α.Β.Ε.Ε.	ΙΣΧΥΟΝ	20/12/2034
34	1008908 - 19/12/2016	ΜΕΘΟΔΟΣ ΨΥΧΡΗΣ ΕΚΧΥΛΙΣΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΣΤΑΘΕΡΩΝ ΣΤΕΡΕΩΝ ΥΔΑΤΟΔΙΑΛΥΤΩΝ ΕΚΧΥΛΙΣΜΑΤΩΝ ΑΠΟ ΤΑ ΣΤΙΓΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΦΥΤΟΥ CROCUS SATIVUS L. ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗ ΠΡΟΛΗΨΗ Ή ΚΑΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΗΣ ΑΘΗΡΩΜΑΤΩΣΗΣ	ΙΟΥΛΙΑ ΚΑΙ ΕΙΡΗΝΗ ΤΣΕΤΗ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ Α.Β.Ε.Ε.	ΜΗ ΙΣΧΥΟΝ	22/7/2035
35	1008942 - 06/02/2017	ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΣΤΑΘΕΡΟΥ ΥΔΑΤΙΚΟΥ ΔΙΑΛΥΜΑΤΟΣ ΛΥΣΙΝΙΚΗΣ ΙΜΠΟΥΠΡΟΦΑΙΝΗΣ ΓΙΑ ΕΝΔΟΚΟΛΠΙΚΗ ΧΡΗΣΗ	ΙΟΥΛΙΑ ΚΑΙ ΕΙΡΗΝΗ ΤΣΕΤΗ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ με δ.τ. "INTERMED ΑΒΕΕ"	ΙΣΧΥΟΝ	15/10/2035

36	1009589 - 11/09/2019	ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟ ΣΚΕΥΑΣΜΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΙΜΙΑΣ, ΣΕ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟ ΠΕΡΙΕΚΤΗ, ΠΟΥ ΔΙΑΤΗΡΕΙ ΣΤΕΓΑΝΑ ΔΙΑΧΩΡΙΣΜΕΝΑ ΜΕΤΑΞΥ ΤΟΥΣ ΤΑ ΔΡΑΣΤΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ: ΣΥΜΠΛΟΚΟ ΤΟΥ ΤΡΙΣΘΕΝΟΥΣ ΣΙΔΗΡΟΥ ΜΕ Ν-ΑΚΕΤΥΛΟ-L-ΑΣΠΑΡΤΙΚΗ ΚΑΖΕΪΝΗ ΚΑΙ ΠΕΝΤΑΪΔΡΙΚΟ ΦΥΛΛΙΝΙΚΟ ΑΣΒΕΣΤΙΟ	ΤΣΕΤΗ ΙΟΥΛΙΑ	ΙΣΧΥΟΝ	6/4/2038
37	1009597 - 16/09/2019	ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟ ΣΚΕΥΑΣΜΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΠΕΔΩΝ ΣΙΔΗΡΟΥ ΣΤΟ ΑΙΜΑ, ΠΟΥ ΠΕΡΙΕΧΕΙ ΠΟΛΥΜΑΛΤΟΖΙΚΟ ΣΙΔΗΡΟ (III) ΚΑΙ ΜΙΑ ΔΡΑΣΤΙΚΗ ΟΥΣΙΑ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΗ ΑΠΟ ΠΕΝΤΑΪΔΡΙΚΟ ΦΥΛΛΙΝΙΚΟ ΑΣΒΕΣΤΙΟ, ΒΙΤΑΜΙΝΗ C Ή ΣΥΝΔΥΑΣΜΟ ΤΩΝ ΔΥΟ, ΠΟΥ ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΗΝ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗ ΣΙΔΗΡΟΥ	ΤΣΕΤΗ ΙΟΥΛΙΑ	ΙΣΧΥΟΝ	17/4/2038
38	1009583 - 03/09/2019	ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑ, ΣΕ ΜΟΡΦΗ ΜΟΝΟΔΟΣΙΚΟΥ ΠΟΣΙΜΟΥ ΔΙΑΛΥΜΑΤΟΣ, ΠΟΥ ΠΕΡΙΕΧΕΙ ΜΑΓΝΗΣΙΟ, ΜΕΛΑΤΟΝΙΝΗ, ΤΡΥΠΤΟΦΑΝΗ ΚΑΙ 5-ΥΔΡΟΞΥΤΡΥΠΤΟΦΑΝΗ, ΧΡΗΣΙΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ ΕΛΕΥΣΗΣ ΤΟΥ ΥΠΝΟΥ	ΙΟΥΛΙΑ ΚΑΙ ΕΙΡΗΝΗ ΤΣΕΤΗ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΑΒΕΕ με δ.τ. "INTERMED ΑΒΕΕ"	ΙΣΧΥΟΝ	24/4/2038
39	1009632 - 25/10/2019	ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟ ΤΟΥ ΣΤΟΜΑΤΟΣ ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΥ ΛΑΚΤΟΦΕΡΙΝΗΣ, ΞΥΛΟΓΛΥΚΑΝΗΣ, ΠΡΟΑΝΘΟΚΥΑΝΙΔΙΝΩΝ ΚΑΙ ΣΙΜΕΘΙΚΟΝΗΣ, ΧΡΗΣΙΜΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΛΗΨΗ ΛΟΙΜΩΞΕΩΝ ΤΟΥ ΓΑΣΤΡΕΝΤΕΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΟΥΡΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ	ΤΣΕΤΗ ΙΟΥΛΙΑ	ΙΣΧΥΟΝ	10/7/2038
40	1009621 - 23/10/2019	ΣΥΝΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΗ ΧΡΗΣΗ, ΠΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΥΝ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΥΣ ΒΟΡΙΚΟΥ ΟΞΕΟΣ, ΕΛΑΙΟΥ ΤΕΪΟΔΕΝΤΡΟΥ, ΠΑΝΘΕΝΟΛΗΣ ΚΑΙ ΜΠΙΣΑΜΠΟΛΟΛΗΣ, ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΜΥΚΗΤΙΑΣΙΚΩΝ ΛΟΙΜΩΞΕΩΝ	ΤΣΕΤΗ ΙΟΥΛΙΑ	ΙΣΧΥΟΝ	26/7/2038

Πηγή: www.obi.gr

Η έντονη εξωστρέφεια της εκτός συνόρων οδηγεί την εταιρεία το 1998 στην απόκτηση του πρώτου Ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας, για τα ενέσιμα διαλύματα παρακεταμόλης σε συνδυασμό με άλλες δραστικές ουσίες⁶⁷. Η προστασία της διανοητικής ιδιοκτησίας επεκτείνεται με την κατοχύρωση του διακριτικού τίτλου «UNI-PHARMA ABEE» στις 11.07.2007 ο οποίος χρησιμοποιείται μέχρι σήμερα στα προϊόντα που αναπτύσσει.

Ένα πολύ σημαντικό τμήμα της UNI-PHARMA είναι αυτό της Έρευνας και Ανάπτυξης το οποίο απασχολεί το 7% του συνολικού προσωπικού δηλαδή 21 άτομα ,με το 20% του σημερινού τζίρου της να κατευθύνεται σε αυτό⁶⁸. Τα αποτελέσματα του τμήματος που μπορούν να εμπορευματοποιηθούν ως επί το πλείστον χρήζουν κατοχύρωσης. Η απόφαση για κατοχύρωση με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας ή όχι ενός νέου προϊόντος ή μιας νέας μεθόδου, καθορίζεται αποκλειστικά από την διοίκηση με την συμβολή του IP Management.

Η UNI-PHARMA ABEE είναι μια από τις τρεις εταιρείες του ομίλου ΟΦΕΤ μαζί με την InterMed, και την Κυπριακή Pharmabelle, που παράγουν προϊόντα με διεθνή αναγνώριση, τα οποία εξάγονται σε 64 χώρες. Η έντονη εξαγωγική δραστηριότητα, περίπου 20% του ετήσιου τζίρου, έχει οδηγήσει τον όμιλο να κατοχυρώνει πατέντες και Δ.Ε. και εκτός συνόρων στις χώρες δραστηριοποίησής της. Ήδη από το 2018 μέχρι σήμερα, ο ΟΦΕΤ έχει καταθέσει 9 νέες αιτήσεις για διπλώματα ευρεσιτεχνίας, εκ των οποίων οι 26 εθνικές και οι 12 ευρωπαϊκές πατέντες. Τα φιλόδοξα project που θα ολοκληρωθούν εντός του έτους 2020, θα περιλαμβάνουν αιτήσεις, τόσο στο Ευρωπαϊκό Γραφείο (EPO) όσο και στο Παγκόσμιο (WIPO).⁶⁹ (Κίνζος,2019). Αυτή τη στιγμή η επιχείρηση διαθέτει 21 ΔΕ κατοχυρωμένα στον EPO και 14 PCT στον WIPO. Οι χώρες που διαθέτει ΔΕ είναι οι χώρες εξαγωγικής δραστηριότητας της UNIPHARMA. Ενδεικτικά: Αλγερία, Αυστραλία, Βραζιλία, Καναδάς, Κίνα, Χιλή, Κολομβία, Γεωργία, Χονγκ Κονγκ, Ινδονησία, Ινδία, Ιραν , Ισραηλ, Ιορδανία, Μαλαισία, Μεξικό, Νιγηρία, Περού, Φιλιππίνες, Κατάρ, Σαουδική Αραβία, Σιγκαπούρη, Νότια Αφρική, Τυνησία, Ουκρανία, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, ΗΠΑ και Βιετνάμ ως επίσης σε αρκετά regions μέσω διεθνών γραφείων όπως στο ARIPO (18), στο OAPI (16) και στο EURASIA (8). (Καρούσης,2020)⁷⁰

Η εταιρεία UNI-PHARMA ABEE δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην κατοχύρωση της ΔΙ, από το στάδιο της ανάπτυξης ενός νέου προϊόντος ή μιας νέας μεθόδου, χωρίς να περιμένει την εμπορική επιτυχία για να ξεκινήσει την διαδικασία. Μόλις υπάρξει

⁶⁷ <https://www.healthview.gr/42579/uni-pharma-me-to-uni-apo-to-universal-mia-elliniki-eteria-apo-to-mellon-pou-kitazi-ton-kosmo>

⁶⁸ <https://www.iefimerida.gr/news/427121/uni-pharma-ependyseis-70-ekat-eyro-ypsili-tehnologia-kai-exostreifeia-i-apantisi-stin>

⁶⁹ Συνέντευξη που έγινε από την φοιτήτρια: Καραγιάννη Μαρία στον κ.Σπύρο Κίνζιο-,Διευθυντής Επιχειρηματικής Ανάπτυξης UNIPHARMA AEBE (Δεκέμβριος,2019)με θέμα «Στρατηγική κατοχύρωσης ΔΙ της UNIPHARMA AEBE).

⁷⁰ Συνέντευξη που έγινε από την φοιτήτρια: Καραγιάννη Μαρία στον κ.Καρούση Νικόλαο-Διευθυντής Ανάπτυξης UNIPHARMA AEBE (Ιανουάριος,2020) με θέμα «UNI-PHARMA AEBE απολογισμός κατοχυρώσεων ΔΕ»).

υποψία καινοτομίας ξεκινάει η διερεύνηση του patent landscape και γίνεται η χαρτογράφηση του ανταγωνισμού και των περιθωρίων κατοχύρωσης. Εφόσον το νέο προϊόν/μέθοδος που αναπτύσσεται κριθεί άξιο δημιουργίας και κατοχύρωσης (ενέχει καταναλωτικό ενδιαφέρον, δημιουργεί μια νέα ανάγκη ή καλύπτει μια υπάρχουσα ανάγκη της αγοράς) από την διοίκηση της UNIPHARMA ABEE, το τμήμα της E&A ενημερώνει την Διεύθυνση IP Management και την Διεύθυνση Επιχειρηματικής Ανάπτυξης. Αυτά τα δύο τμήματα σε συνεργασία με το νομικό τμήμα αναλαμβάνουν όλη την διαδικασία κατοχύρωσης του νέου προϊόντος/μεθόδου. Σήμερα η εταιρεία, μετρά 32 καταχωρήσεις στον ΟΒΙ και φιλοδοξεί να τις αυξήσει, αφού ο συνδυασμός της επιμονής στην Έρευνα και την Ανάπτυξη, του καταρτισμένου προσωπικού - το 60% είναι ανώτατου μορφωτικού επιπέδου (κάτοχοι Μεταπτυχιακού Τίτλου Σπουδών)- και η προστασία και σωστή διαχείριση της ΔΙ της, την έχουν οδηγήσει σε εκπληκτικά αποτελέσματα. Σύμφωνα με δήλωση της CEO της εταιρείας Τσέτη: «Η Uni-Pharma το 2018 έκλεισε με ανάπτυξη 9% και συνολικές πωλήσεις 61. εκατ. ευρώ, EBITDA στα 10,1 εκατ. ευρώ με αύξηση 38% και καθαρή θέση στα 62 εκατ. (+13%) ευρώ. Η τελευταία εκτίμηση για την πορεία του 2019 προβλέπει διψήφιο νούμερο ανάπτυξης και ετήσιο τζίρο κοντά στα 68,5 εκατ. ευρώ. Το κονδύλι των επενδύσεων μόνο για την UNI-PHARMA την τελευταία εξαετία ξεπέρασε τα 64 εκατ. ευρώ, ενώ το πλάνο επενδύσεων το διάστημα 2018-2020 προβλέπεται να ξεπεράσει τα 10 εκατ. ευρώ⁷¹».

Τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας στον κλάδο της Φαρμακοβιομηχανίας απαιτούν αναλυτικές λεπτομέρειες στην τεχνική τους έκθεση για το κάθε φάρμακο/μέθοδο. Δεν ήταν λίγες οι φορές που η εταιρεία βρέθηκε αντιμέτωπη με αγωγές από τρίτους, αλλά και με αντιγραφές προϊόντων της. Τελευταίο περιστατικό στο Ιράν, το 2017, όπου η εταιρεία διατηρούσε Δ.Ε. για συγκεκριμένο προϊόν το οποίο αντιγράφηκε από τρίτο μέρος. Ωστόσο, κατά τη νομική διαμάχη το δίκαιο της χώρας δεν αναγνώρισε την καταπάτηση της ΔΙ της UNIPHARMA ABEE και έτσι η εταιρεία δεν αποζημιώθηκε, ούτε το αντιγραμμένο προϊόν αποσύρθηκε από την αγορά. Περιστατικά αγωγών και διώξεων, από και σε τρίτους, διαχειρίζεται το Νομικό Τμήμα της επιχείρησης μαζί με τους εξειδικευμένους σε θέματα ΔΙ εξωτερικούς συνεργάτες της UNI-PHARMA ABEE ανά χώρα συμβάντος.

⁷¹ <https://www.businessnews.gr/el/prosopa/%CE%B9%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%AF%CE%B1-%CF%84%CF%83%CE%AD%CF%84%CE%B7-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CE%B7%CE%B8%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%BC%CE%B1%CF%82-%CF%85%CF%80%CE%BF%CF%87%CF%81%CE%AD%CF%89%CF%83%CE%B7-%CE%BD%CE%B1-%CE%B5%CF%80%CE%B5%CE%BD%CE%B4%CF%8D%CE%BF%CF%85%CE%BC%CE%B5-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1.html> - Συνέντευξη Ιουλία Τσέτη: Είναι ηθική μας υποχρέωση να επενδύουμε στην Ελλάδα”,businessnews.gr, Νοέμβριος 2019

Ένα από τα πιο δύσκολα κομμάτια της κατοχύρωσης για την εταιρεία είναι η παρακολούθηση όλων των κρίσιμων προθεσμιών κατά την διαδικασία κατοχύρωσης με Δ.Ε. καθώς και των προθεσμιών καταβολής των ετήσιων τελών για όλα τα Δ.Ε. που κατέχει. Για αυτόν τον σκοπό η Διοίκηση έχει ορίσει συγκεκριμένο εργαζόμενο του τμήματος της Ε&Α, ο οποίος ασχολείται στοχευμένα με τα ζητήματα της Δ.Ι. Για χάρη της παρακολούθησης των εξελίξεων του κλάδου και του ανταγωνισμού η UNIPHARMA ABEE συμβουλευέται συχνά το Γραφείο ΔΕ της Ελλάδας το οποίο παρέχει περιοδικές πληροφορίες σχετικά με τα σημαντικότερα επιτεύγματα του κλάδου της φαρμακοβιομηχανίας. Επιπροσθέτως, συμμετέχει σε πλήθος εκθέσεων και επαγγελματικών συνεδρίων και διενεργεί χαρτογραφήσεις κλάδου σε συνεργασία με τους πολλούς ακαδημαϊκούς της «συνεργάτες». Στα άμεσα σχέδια της εταιρείας σύμφωνα με τον Σπύρο Κίνζιο, Διευθυντή Επιχειρηματικής Ανάπτυξης της UNIPHARMA ABEE είναι η πρόσβαση σε ηλεκτρονικά εργαλεία τα οποία θα καταστήσουν την έρευνα περί ΔΙ του ανταγωνισμού ευκολότερη.⁷²(Κίνζιος,2019)

Ωστόσο, το γεγονός ότι αρκετοί εργαζόμενοι-συνεργάτες έρχονται σε επαφή με εμπορικά μυστικά της εταιρείας και απόρρητες πληροφορίες για τα προϊόντα οι οποίες θα μπορούσαν να προσβάλουν την διανοητική ιδιοκτησία της UNIPHARMA ABEE, την οδήγησαν στη λήψη απαραίτητων μέτρων. Μέτρα όπως η σύναψη συμφωνιών διαφύλαξης απορρήτου πληροφοριών με τους εργαζόμενους και η απαγόρευση αναδημοσίευσης εταιρικών εγγράφων. Μέτρα τα οποία σε αντίθεση με την κατοχύρωση ΔΕ δεν κοστίζουν στην επιχείρηση, όμως θεωρούνται κρίσιμα για την προστασία της ΔΙ.

Η UNIPHARMA, παρότι δραστηριοποιείται σε ένα έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον που οι διαφορές μεγέθους με τους παγκόσμιους ανταγωνιστές είναι τεράστιες, προσπαθεί μέσω της καινοτομίας και της προστασίας της ΔΙ της να εδραιωθεί στον παγκόσμιο χάρτη, κάνοντας προσεκτική χρήση των διαθέσιμων εργαλείων, των οικονομικών πόρων και της στόχευσης των επενδύσεων της (35 εκατ. Ευρώ μεσούσης της ελληνικής κρίσεως σε νέο εξοπλισμό, Ε&Α και επέκταση εγκαταστάσεων).

3.3.3 Αποτελέσματα ποιοτικής έρευνας

Τόσο από την μελέτη περίπτωσης της ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε όσο και από αυτή της UNIPHARMA ABEE εξάγεται το συμπέρασμα ότι οι επιχειρήσεις που κατανοούν την αξία της ΔΙ και αφιερώνουν χρόνο και πόρους για την προστασία της και την κατοχύρωση της ως μέρος της επιχειρηματικής τους στρατηγικής. Καθώς τέτοιες πρακτικές επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να είναι ανταγωνιστικές, ακόμη και να πρωταγωνιστήσουν σε ένα συγκεκριμένο κλάδο ,ανεξαρτήτως του μεγέθους τους.

Τα κοινά σημεία των δύο επιχειρήσεων που μελετήθηκαν ανωτέρω ως προς την ΔΙ τους είναι ότι και οι δύο εταιρείες δεν επέλεξαν μια ριψοκίνδυνη στρατηγική

⁷² Συνέντευξη που έγινε από την φοιτήτρια: Καραγιάννη Μαρία στον κ.Σπύρο Κίνζιο-,Διευθυντής Επιχειρηματικής Ανάπτυξης UNIPHARMA ABEE (Δεκέμβριος,2019)με θέμα «Στρατηγική κατοχύρωσης ΔΙ της UNIPHARMA ABEE).

διανοητικής ιδιοκτησίας η οποία θα μπορούσε να κοστίσει σε απώλεια ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων από τυχόν παραβιάσεις ΔΙ. Εν αντιθέσει, ασχολήθηκαν με τα ζητήματα της ΔΙ από την αρχή της λειτουργίας τους ακόμα και όταν οι διαθέσιμοι οικονομικοί πόροι ήταν ελάχιστοι. Εξ αρχής και οι δύο εταιρείες ενδιαφέρθηκαν για την εξωτερική τους εικόνα κατοχυρώνοντας τα εμπορικά τους σήματα και διατήρησαν το προφίλ της επίμονης και άκαμπτης στην άσκηση των δικαιωμάτων της εταιρείας, η οποία είχε λάβει τα μέτρα της έναντι των παραβατών από νωρίς. Τόσο η ΓΙΩΤΗΣ ΑΕ όσο και η UNIPHARMA ΑΕΒΕ σε εσωτερικό επίπεδο φρόντισαν να προστατέψουν την ΔΙ τους και τα εμπορικά τους μυστικά από κακόβουλους συνεργάτες και εργαζομένους μέσω συμφωνιών διαφύλαξης απορρήτου πληροφοριών και απαγορεύσεων αναδημοσίευσης εταιρικών εγγράφων.

Το συμπέρασμα που εξάγεται και από τις δύο μελέτες περίπτωσης είναι ότι ανεξαρτήτως του έντονα ανταγωνιστικού περιβάλλοντος, του εταιρικού μεγέθους και των διαθέσιμων χρηματοοικονομικών πόρων οι επιχειρήσεις που κατανοούν από την αρχή της λειτουργίας τους την πρωτεύουσα σημασία της ΔΙ και εντάσσουν στην επιχειρηματική τους στρατηγική την προστασία και κατοχύρωση της ΔΙ είναι πιθανότερο να επιτύχουν από άλλες που αμελούν τον παράγοντα ΔΙ. Έτσι επιβεβαιώνεται θετικά η υπόθεση και στα ελληνικά δεδομένα που τέθηκε πριν την διενέργεια της ποιοτικής έρευνας, ότι η προστασία, η κατοχύρωση και η επένδυση στην ΔΙ μιας εταιρείας συντελεί στην επίτευξη οικονομικού αποτελέσματος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: ΣΥΜΠΕΡΑΜΑΤΑ

Η πνευματική ιδιοκτησία ως όρος εμφανίζεται από την αρχαιότητα όπου υπάρχουν διάφορες αναφορές σε πιο απλές μορφές από την ΠΙ όπως την εννοούμε σήμερα. Η Νομοθετική καθιέρωση της έρχεται το 1710 όπου οριοθετείται η αξία της και μετέπειτα ακολουθούν οι διάφορες παγκόσμιες και διεθνείς συμβάσεις με κύριο σκοπό την ενίσχυση και προστασίας της.

Η διανοητική ιδιοκτησία η οποία περιλαμβάνει τόσο την πνευματική ιδιοκτησία όσο και την βιομηχανική, κερδίζει όλο και περισσότερο έδαφος με την ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη, η οποία έχει συμβάλλει καθοριστικά στην ταχύτατη μεταφορά της γνώσης και της εξειδίκευσης, με αποτέλεσμα κάθε συγκριτικό πλεονέκτημα που αποκτά μια εταιρεία να υπάρχει πιθανότητα να περιοριστεί ταχύτατα από τον αυξημένο ανταγωνισμό. Η διανοητική ιδιοκτησία αντιπροσωπεύει μια επένδυση από την οποία αναμένεται απόδοση και κέρδος, ενέχει δηλαδή μια δυναμική αξίας και για αυτό ενέχει και επενδυτικό ενδιαφέρον. Η εκάστοτε επιχείρηση θα πρέπει να την μετατρέψει σε πραγματικό κέρδος και η αξίας της εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το πόσο καλά και αποδοτικά την χρησιμοποιεί

Η χρήση, η κατοχύρωση και η προστασία της ΔΙ έχουν μετατραπεί σε ζητήματα άμεσης προτεραιότητας για τη βελτίωση της πρόσβασης στην έρευνα, την

τεχνολογική ανάπτυξη, την καινοτομία και τη χρήση των αποτελεσμάτων των ερευνητικών έργων, καθώς και για την ενίσχυση του "επιχειρείν", την τόνωση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας και την αύξηση των επενδυτικών κινήσεων. Το γεγονός ότι αρκετές επιχειρήσεις δεν αντιλαμβάνονται και δεν αναγνωρίζουν πλήρως τη σημαντικότητα της ΔΙ της επιχείρησής τους, μπορεί να εμποδίσει την περαιτέρω πρόοδο προς μια οικονομία βασισμένη στη γνώση αλλά και να αποτρέψει δυνητικές επενδύσεις. Η αναγνώριση και η προσθήκη της ΔΙ στο business plan ελκύει αδιαμφισβήτητα τους επενδυτές αφού προσθέτει αξία, μειώνει τους λειτουργικούς κινδύνους, ενισχύει την αξιοπιστία της εταιρείας, το μάρκετινγκ και τις πωλήσεις. Με την εξέλιξη της τεχνολογίας οι επιχειρήσεις δείχνουν να κατανοούν την σημαντικότητα των άυλων περιουσιακών στοιχείων όπως η ΔΙ, τα οποία εκτοπίζουν τα περιουσιακά στοιχεία στη σύγχρονη εποχή. Η δυσκολία ποσοτικοποίησης όμως της ΔΙ αποτελεί ένα κοινό φαινόμενο στον επιχειρηματικό κόσμο το οποίο συντελεί και στη δυσκολία πλήρους προστασίας της ΔΙ. Πολλές επιχειρήσεις στην προσπάθεια ποσοτικοποίησης προσπαθούν να κοστολογήσουν την διανοητική τους ιδιοκτησία. Ωστόσο δεν υπάρχει κατά γενικό κανόνα μια και μοναδική μεθοδολογία εκτίμησης αξίας. Ο τρόπος που θα κοστολογηθεί η ΔΙ μιας επιχείρησης ποικίλλει ανάλογα τις συνθήκες, την χρονική στιγμή και τον τόπο που θα κοστολογηθεί και διαφέρει ανάλογα με το είδος της ΔΙ και τη φύση του αντικειμένου δραστηριοποίησης της εταιρείας. Αφού η εκάστοτε επιχείρηση καταγράψει και κοστολογήσει την διανοητική της ιδιοκτησία θα πρέπει να χαράξει την κατάλληλη στρατηγική ΔΙ.

Η χάραξη της κατάλληλης και ιδανικής στρατηγικής διανοητικής ιδιοκτησίας, μπορεί να αποφέρει στον οργανισμό εκατοντάδες εκατομμύρια ευρώ, με σχετικά χαμηλό κόστος. Αντιθέτως, μια εσφαλμένη στρατηγική μπορεί να κοστίσει πολύ ακριβά στην επιχείρηση. Οι στρατηγικές μπορούν να διαφέρουν μεταξύ τους και σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να χαρακτηριστεί κάποια ως βέλτιστη στρατηγική αξιοποίησης της ΔΙ. Οι μεγάλες εταιρείες που διαθέτουν χρηματοοικονομικούς πόρους, ακολουθούν τις περισσότερες φορές μια στρατηγική δημιουργίας και διατήρησης ενός μεγάλου χαρτοφυλακίου διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας σε αντίθεση με τις ΜμΕ, που η δημιουργία ενός τέτοιου χαρτοφυλακίου είναι για αυτές ανέφικτη. Από την άλλη στα crowdfunding project η ΔΙ είναι πρωτεύουσας σημασίας αφού η μη προστασία της μπορεί να κοστίσει την αποτυχία ολόκληρου του project (π.χ TikTok, + LunaTik). Οι στρατηγικές επιλογές πρέπει να γίνονται κατά περίπτωση, λαμβάνοντας υπόψη το κόστος ανάπτυξης, τη διάρκεια ζωής του προϊόντος, και τις στρατηγικές των ανταγωνιστών σε δεδομένο χρόνο και τόπο δραστηριοποίησης. Οι νεοφυείς επιχειρήσεις οι οποίες είναι και αυτές μικρού μεγέθους και κατέχουν περιορισμένα κεφάλαια πολλές φορές μπερδεύονται σε θέματα στρατηγικής της ΔΙ τους και την αμελούν ενώ είναι ζωτικής σημασίας για την πορεία τους. Αυτό που ξεχωρίζει τις start-up επιχειρήσεις από τις υπόλοιπες της αγοράς είναι η μοναδικότητα της καινοτομίας των προϊόντων ή υπηρεσιών τους. Εάν αυτό προσβληθεί είτε αντιγραφεί χωρίς καμία συνέπεια το πιο πιθανό είναι κάτι τέτοιο να ισοδυναμεί με την αποτυχία της εν λόγω νεοφυούς επιχείρησης, ακόμα και το κλείσιμό της.

Τόσο από την έρευνα του Pugatch Consilium του US Chamber of Commerce τόσο και από την ποιοτική έρευνα μέσω case studies στις δύο ελληνικές επιχειρήσεις ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε και UNIPHARMA ΑΕΒΕ διαπιστώνουμε ότι η διανοητική ιδιοκτησία και η βελτίωση τη προστασίας της συμβάλλει στην επίτευξη οικονομικού αποτελέσματος.

Από όλα τα παραπάνω, το κύριο συμπέρασμα που μπορεί να εξαχθεί είναι ότι η διανοητική ιδιοκτησία και η προστασία της, είναι αναγκαίες προϋποθέσεις για την οικονομική πρόοδο, σταθερότητα και ανάπτυξη. Επίσης, ενισχύουν την καινοτομία, την εισαγωγή νέων και καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών, τονώνουν τις επενδύσεις και δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας. Τη σημερινή εποχή θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην προστασία και διαφύλαξη των πνευματικών δικαιωμάτων, καθώς έτσι θα διευρυνθεί το επιχειρηματικό και επενδυτικό περιβάλλον της χώρας και θα βελτιωθούν οι συνθήκες για περαιτέρω οικονομική ανάπτυξη.

Η αναποφασιστικότητα και η μη πρόληψη προστατευτικών μέτρων στον τομέα της ΔΙ μπορεί να επιφέρει μη επιθυμητά επιχειρηματικά αποτελέσματα. Η μη κατοχύρωση σε επίπεδο επιχείρησης δίνει την ευκαιρία στον ανταγωνισμό να επωφεληθεί από τις τεχνικές καινοτομίες, τις επιχειρηματικές ιδέες, την υπεραξία και την φήμη της επιχείρησης. Επιπροσθέτως εξασθενεί την διαπραγματευτική στρατηγική, μειώνει τις πιθανότητες ανάπτυξης επιχειρηματικών συμμαχιών καθώς και τις πιθανότητες σύναψης κερδοφόρων συμφωνιών και επενδυτικών χρηματοδοτήσεων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση

- Αμπατζής, Κ. Δ/της Καταθέσεων και Χορηγήσεων Τίτλων OBI, «Η στρατηγική της κατοχύρωσης των εφευρέσεων», παρουσίαση στο http://obi.gr/obi/Portals/O/ImagesandFiles/Presentations/2013_EBEA_PRESENTATION_ABATZIS.pdf.
- ΕΥΣΕΔ-ΕΤΑΚ (2013) «Οδηγός για την προστασία των δικαιωμάτων Διανοητικής Ιδιοκτησίας και τη διαχείριση ζητημάτων Διανοητικής (πνευματικής και βιομηχανικής) Ιδιοκτησίας κατά την υλοποίηση E&T έργων».
- Κοτσίρης Λάμπρος Ε.(2017). Δίκαιο Πνευματικής Ιδιοκτησίας, Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλα.
- Λιακόπουλος, Θ. (1993). Βιομηχανική Ιδιοκτησία, Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλα.
- Σαϊτάκη, Ν. (2013). Οδηγός Διανοητικής Ιδιοκτησίας για μικρές επιχειρήσεις, Εκδότης: ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ.
- Σελέκος, Π. (1999). Το δικαίωμα στο Βιομηχανικό Σχέδιο και Υπόδειγμα, Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλα.
- Χριστοδούλου Κωνσταντίνος Ν.(2018). Δίκαιο Πνευματικής Ιδιοκτησίας, Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη ΑΕΒΕ.

Νόμοι-Οδηγίες

- Νόμος για τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας Ν.1733/1987.
- Νόμος για την πνευματική ιδιοκτησία Ν.2121/1993.
- Νόμος για τα εμπορικά σήματα Ν.2239/1994.
- Οδηγία 1/2011 «Χρήση συστημάτων βιντεοεπιτήρησης για την προστασία προσώπων και αγαθών», ΑΠΔΠΧ

Ξενόγλωσση

- European IPR Helpdesk, (2015). Fact sheet “Intellectual Property and business plans”, Published by: European IPR Helpdesk.
- Global Innovation Policy Center, (2018). “The Relationship between IP Rights and Economic Activity”,-Supplemental Statistical Analysis to the U.SChamber international IP Index, Published by US Chamber of Commerce.
- Hermann, Gesichte und Systemeder Platonischen Philosophie, Heidelberg 1839
- LIIP (2003), «ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ - Οδηγός Καλής Πρακτικής». Εκδότης: Linking Innovation and Industrial Property (LIIP).
- Nemlioglu, I. (2019). A novelty on unlocking businesses’ potential growth: Intellectual Property Securitisation, Cardiff Business School, Cardiff University, UK.

Ιστοσελίδες:

- <https://alonghardlook.wordpress.com/2019/04/12/eucopyrighdirective-armitikes-eiptoseis-article17-article13-startups/>, «Ευρω-μεταρρύθμιση» για τα πνευματικά δικαιώματα: οι αρνητικές επιπτώσεις του Άρθρου 17 (πρώην 13) στις νεοφυείς επιχειρήσεις», Κωνσταντίνος Τζοαννόπουλος, 2019.
- <https://articles.bplans.com/top-5-intellectual-property-mistakes/mail icon - Mary Juetten, Last Refresh:2019 «The Top 5 Intellectual Property Mistakes»>
- [http://bankingnews.gr/index.php?id=355358,\(03/2018\)](http://bankingnews.gr/index.php?id=355358,(03/2018))
- www.betterbusinessfinance.co.uk - IP Finance Toolkit - Part 4: Valuing your Intellectual Property.
- <https://www.businessnews.gr/el/prosopa/%CE%B9%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%AF%CE%B1-%CF%84%CF%83%CE%AD%CF%84%CE%B7-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CE%B7%CE%B8%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%BC%CE%B1%CF%82-%CF%85%CF%80%CE%BF%CF%87%CF%81%CE%AD%CF%89%CF%83%CE%B7-%CE%BD%CE%B1-%CE%B5%CF%80%CE%B5%CE%BD%CE%B4%CF%8D%CE%BF%CF%85%CE%BC%CE%B5-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1.html>
- <https://www.businessnews.gr/el/prosopa/giotis-i-etairia-poy-megalonei-genies-kai-genies-apo-1930.html>- Καρακώστα Λίλη, 2017, «Γιώτης: Η εταιρία που μεγαλώνει γενιές και γενιές από το 1930»
- <https://www.coca-cola.gr/articles/i-istoria-tou-mpoukaliou-tis-coca-cola-> Ted Ryan, 2015-“Το παράδειγμα της Coca Cola”
- <https://www.cyberinsurancequote.gr/news/nikos-georgopoylos-asfalisi-pneumatikis-idioktisias-ip-insurance-aparaititi-oso-kai-i-asfalisi-cyber-insurance/> Ασφάλιση Πνευματικής Ιδιοκτησίας (IP Insurance) απαραίτητη όσο και η ασφάλιση Cyber Insurance, Γεωργόπουλος, Ν., 2018
- <https://dias.library.tuc.gr/dias.library.tuc.gr/view/manf> > Καινοτομία «Το σύγχρονο Management & ο ρόλος της καινοτομίας» Μαστραντωνάκη 2014
- <https://economictimes.indiatimes.com/small-biz/legal/relevance-of-intellectual-property-for-business/articleshow/49563911.cms?from=mdr> “Relevance of intellectual property for business”, Amit Aggarwal, 2015.
- <https://el.wikipedia.org/wiki/ΗθικάΔικαιώματα>
- <https://el.wikipedia.org/wiki/ΠεριουσιακάΔικαιώματα>
- <http://www.excelixi.org/el/Knowledge-Base/Entrepreneurship/Crowdfunding> «Crowdfunding: Ο εναλλακτικός τρόπος χρηματοδότησης», 2019.
- <https://www.eu-startups.com/2018/01/5-reasons-why-investors-love-intellectual-property/> «5 reasons why investors love intellectual property», Sponsor, 2018.

- <https://www.eu-startups.com/2018/02/5-essential-intellectual-property-considerations-for-a-new-startup/> «5 essential intellectual property considerations for a new startup», Sponsor, 2018.
- <https://www.eu-startups.com/2018/07/companies-that-protect-trademarks-early-on-tend-to-experience-higher-growth/>, Sponsor ,2018 ,”Companies that protect trademarks eqrly on tend to experience higher growth”
- <https://www.eu-startups.com/2018/11/intellectual-property-risks-for-startups-using-crowdfunding/>
- <https://www.healthview.gr/42579/uni-pharma-me-to-uni-apo-to-universal-mia-elliniki-eteria-apo-to-mellon-pou-kitazi-ton-kosmo/>
- <https://www.iefimerida.gr/news/427121/uni-pharma-ependyseis-70-ekat-eyro-ypsili-tehnologia-kai-exostrefeia-i-apantisi-stin>
- <http://www.innovaccess.eu/importance-of-ip-in-business?t=merger-and-acquisition> «Merger and acquisition», Innovaccess - Intellectual Property Portal, 2019.
- <https://www.ipwatchdog.com/2018/04/24/intellectual-property-valued-selling-business/id=96098/>, Keith Tully, 2018.
- www.jotis.gr/15/el/Etairia/
- <https://www.jotis.gr/14/el/Exagoges/>
- <https://www.kathimerini.gr/978501/gallery/oikonomia/epixeirhseis/h-etairaia-poy-glykainei-toys-ellhnes-apo-to-1930>, Μανιφάβα Δήμητρα,(2018)«Η εταιρεία που «γλυκαίνει» τους Έλληνες από το 1930», Εκδόσεις: Εφημερίδα Καθημερινή
- www.legal.opi.gr
- <https://m.naftemporiki.gr/story/1410087>,Σοφία Εμμανουήλ, «Γιατί στην πνευματική ιδιοκτησία κρύβεται πολύτιμη εταιρική αξία», 11/2018.
- www.obi.gr/obi
- www.obi.gr/OBI/Portals/0/ImagesandFiles/Files/Presentation/Day2_Ladikos_Yiotiis.pdf, Dr Δημήτρης Λαδικός «Εμπορική Εκμετάλλευση των ΔΕ από τη ΓΙΩΤΗΣ»
- www.urenio.org , «Διαχείριση Πνευματικής Ιδιοκτησίας», Παναγιωτίδου Ευ.
- <https://www.rejoin.gr/entrepreneurship/blog-entrepreneurship/3997-rejoin-startups-viomixanikh-pneumatiki-idiokthsia-ws-stoixeio-epixeirhmatikhs-strathgikhs>, «START-UPS: Βιομηχανική/πνευματική ιδιοκτησία ως στοιχείο επιχειρηματικής στρατηγικής», Ελεάννα Ρούγκα, 2016.
- <https://www.tanea.gr/2019/03/29/science-technology/epanastasi-sto-diadiktyo-ti-allages-fernei-i-odigia-gia-ta-pneumatika-dikaionomata/>
- <https://www.tmdn.org/tmview/welcome.html?lang=el>
- www.wikipedia.org.
- <http://www.youngupstarts.com/2019/01/10/the-importance-of-intellectual-property-protection-in-entrepreneurship/> “The Importance Of Intellectual Property Protection In Entrepreneurship”, 2019.